

Полина Юрьевна Черноскутова,
магистрант 2-го года обучения
Уральского гуманитарного института
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

**СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ
ПРАГМАСТИЛИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ
АНГЛИЙСКИХ И ФРАНЦУЗСКИХ ДЕЛОВЫХ ПИСЕМ
(на примере письма-рекламации)**

Аннотация. Статья посвящена изучению прагмастилистических особенностей деловых писем. Особое внимание уделяется письмам-рекламациям на английском и французском языках, их принципам составления и функционально-прагматическим особенностям.

Ключевые слова: деловая коммуникация, письма-рекламации, английский язык, французский язык.

Polina Chernoskutova,
master's student of the 2nd year
Ural Institute of Humanities
Ural Federal University
named after the first President of Russia B. N. Yeltsin

**COMPARATIVE ANALYSIS OF THE PRAGMATIC
AND STYLISTIC FEATURES OF ENGLISH
AND FRENCH BUSINESS LETTERS
(on the example of a letter of complaint)**

Abstract. The article is devoted to the pragmatic and stylistic features of business letters. Particular attention is paid to letters of complaint in English and French, their principles of drawing up and functional and pragmatic features.

Keywords: business communication, letters of complaint, English, French.

Деловая коммуникация является одним из самых распространенных видов общения людей в обществе. В последние годы внедряются новые формы делового общения, в том числе улучшаются его формы и внедряются новые. Это вызвано значительным расширением контактов на международной арене, потребностью в эффективном общении и укреплении связей с партнерами по международному бизнесу.

Письменный деловой дискурс характеризуется высокой степенью стандартизации, что проявляется в закреплении языковых средств за типовыми ситуациями, единообразном оформлении и расположении материала [1–4]. Его характеристики: объективность, императивность, сухость, точность, безличность, именной характер, ясность, отсутствие образности и эмоциональности.

Деловое письмо относится к обиходно-деловому жанру официально-делового стиля, административно-канцелярскому подстилю. Его стилеобразующими чертами являются точность обозначения понятий, терминологический характер лексики; объективность; информативность, шаблонность, модальность, императивность, безличность; долженствующе-предписующий характер; практическая целенаправленность, отсутствие образности и эмоциональности, временная ограниченность срока действия документов [5].

К числу коммерческих деловых писем относятся письма-рекламации — разновидность делового письма, в состав которой входит претензия к контрагенту по различным поводам. В целом этот тип письма, как и вся деловая переписка, на французском и английском языках характеризуется идентичной классификацией стилевых черт, однако имеет целый ряд различий, требующих изучения и осмысления.

Функционально-прагматическими и стилевыми особенностями делового письма на английском и французском языках являются наличие общих стилевых черт, свойственных деловой переписке; сложная классификационная система деловой корреспонденции; наличие четкой структуры делового письма; наличие языковых компонентов в тексте делового письма, отражающие национально-культурные особенности носителей языка. В письмах на английском и французском языках существуют отличительные особенности, проявляющиеся в применении формул вежливости, типе модальности.

Грамотное оформление делового письма имеет важное значение, поскольку оно создает впечатление о профессионализме и о солидности адресанта, способствует развитию контактов и является гарантом дальнейшего продуктивного сотрудничества и улучшений отношений между коммуникантами.

Литература

1. *Безнаева О. А.* Когнитивно-прагматические особенности представления информации в деловом дискурсе: на материале англоязычной деловой корреспонденции : дис. ... канд. филол. наук. Архангельск, 2009. 183 с.
2. *Дорошенко В. Ю.* Коммуникативная обусловленность функционально — стилистических особенностей делового английского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 1995. 17 с.
3. *Шанаева М. А.* Словарный состав английского языка делового общения: Онтология и эвристика : дис. ... канд. филол. наук. М., 2000. 185 с.
4. *Юршева Л. А.* Воспроизведение и речетворчество в английском языке делового общения : дис. ... канд. филол. наук. М., 2001. 186 с.
5. Коммерческая речь / под ред. Ч. Сяофэн. Пекин, 1996. 314 с.

УДК 81'276.6:327 + 81'373.612.2 + 81'38

Анастасия Евгеньевна Шипунова,
*студентка 3-го курса обучения
Уральского гуманитарного института
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина*

СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПРИЕМ ГИПЕРБОЛЫ И ЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ В ДИСКУРСЕ МАССМЕДИА

Аннотация. В статье анализируется определение дискурса и приводятся формулировки, предложенные на раннем этапе его изучения. На основе характеристик массмедийного дискурса выявляются стилистические особенности медийного текста. Рассматривается специфика использования гиперболы в дискурсе массмедиа, ее культурно-идео-