

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕЧЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ ОФЕРТ И АКЦЕПТОВ)

Деловой дискурс и деловая корреспонденция как одна из его форм широко используются в разнообразных сферах деятельности: дипломатической, коммерческой, научной, культурно-просветительной и др. Расширением международных контактов, интернационализацией экономической деятельности, унификацией систем делопроизводства обуславливается актуальность многоаспектного анализа деловой корреспонденции.

Цели проведенного исследования заключались в выявлении и описании стратегий речевого взаимодействия в англоязычных офертах и акцептах, которые обычно используются до заключения сделки.

В качестве материала исследования использовались 20 англоязычных оферт и акцептов (по 10 писем каждого вида).

На первом этапе были рассмотрены общие для всех разновидностей делового дискурса жанрообразующие характеристики англоязычных оферт и акцептов — коммуникативная ситуация (или контекст), участники общения и коммуникативный замысел.

Коммуникативный замысел оферт реализуется посредством побудительного речевого акта, который используется с целью заставить адресата совершить некоторое бенефактивное для себя действие. В основе акцепта лежит речевой акт согласия принять предложение адресанта письма.

На втором этапе исследования в рамках дескриптивно-дискурсивного анализа англоязычных оферт и акцептов в соответствии с их коммуникативным замыслом были выявлены и описаны стратегии и тактики эффективного речевого взаимодействия и средства реализации.

С опорой на типологии коммуникативных стратегий, предложенные И.А. Стерниным и А.В. Радюк, на материале англоязычных оферт и акцептов были выявлены стратегии: контактирования, усиления прагматического воздействия и манипулятивные [1, с. 145–152; 2, с. 26].

В рамках выделенных стратегий речевого взаимодействия в англоязычных офертах используются тактики представления, обобщения или вывода, настойчивого повторения, создания чувства общности, просьбы, приуменьшения. В их употреблении находят выражение такие культурные особенности англоязычной культуры, как неимпозитивность и отсутствие коммуникативного давления.

В англоязычных акцептах коммуникативные стратегии реализуются посредством ссылки на адресанта, сопоставления, похвалы, апелляции к авторитету, согласия, уточнения, преувеличения и эвфемизации.

Общими для двух жанров являются тактики приветствия, аннотирования, благодарности, солидарности, подготовки почвы для дальнейшего общения, прощения, отвечающие требованиям вежливости и демонстративной приветливости, характерным для англоязычной деловой переписки.

Все рассмотренные выше стратегии и тактики речевого взаимодействия могут использоваться в качестве эффективных инструментов деловой письменной коммуникации при составлении англоязычных оферт и акцептов.

Источники

1. *Стернин, И. А.* Сопоставительное описание русского и английского коммуникативного поведения / И. А. Стернин, Т. В. Ларина, М. А. Стернина // Очерк английского коммуникативного поведения. — Воронеж, 2003. — 185 с.

2. *Радюк, А. В.* Функционально-прагматические свойства кооперативных речевых стратегий и тактик в английском деловом дискурсе : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / А. В. Радюк ; МГИМУ. — М., 2013. — 26 с.