

технического профиля. Они допускают ошибки в оформлении, стилистике и орфографии. Объем русскоязычных текстов зачастую мал, отсутствует связность и логичность изложения, встречается большое количество элементов разговорной речи и просторечия. На основе проведенного нами исследования можно в дальнейшем разработать практические рекомендации для российских авторов научно-популярных статей в сфере нефти и газа. Кроме того, сделанный в работе вывод подчеркивает актуальность и практическую значимость дальнейших исследований англоязычных научно-популярных текстов. Как отмечает Ю.Ю. Строева, «изучение особенностей создания текстов на английском языке необходимо для возможности публикации в авторитетных международных научно-популярных журналах отечественных изысканий и достижений» [2. С. 3].

Список использованных источников

1. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – Вып. 1. – С. 88–99.
2. Строева Ю.Ю. Жанрово-стилистические характеристики англоязычного научно-популярного дискурса (на материале периодических изданий по авиации): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Самара, 2009. – 27 с.

Научный руководитель О.А. Казакова, к. филол. н., доцент ТПУ

Мао Чуньчао

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВЫХ ПИСЕМ

Официально-деловой стиль русского литературного языка достаточно подробно изучен в российском языкознании конца XX в. Однако, несмотря на свою стандартизованность, четкость и относительную статичность, деловая речь претерпела в России значительные изменения в начале XXI в. вместе с изменениями в политической и экономической жизни страны. Наиболее активно изменения проявились в устной деловой речи, что привело к появлению большого количества учебных пособий по практике устного делового общения. Современные официально-деловые письма в меньшей степени представлены в учебной литературе, особенно в материалах для обучения иностранных граждан русскому языку, что обуславливает **актуальность** нашего

исследования, которое выполняется в рамках жанроориентированного подхода к преподаванию иностранного языка и исходит из тезиса, что «для того чтобы научить студентов пользоваться речевым жанром, преподаватель, особенно не являющийся носителем преподаваемого им языка, должен иметь не только интуитивное представление о жанре (данное каждому носителю языка от рождения и развиваемое в процессе социализации), но и лингвистическое представление, т. е. знать жанровые особенности тех или иных текстов, их инвариантные формы, специфику употребления и т. п.» [1. С. 56]. **Объектом** нашего исследования являются три жанра официально-деловых писем – рекомендательное письмо, информационное письмо, письмо-жалоба. Выбор данных жанров деловой переписки обусловлен ориентацией на Государственный образовательный стандарт по русскому языку как иностранному второго уровня общего владения [2]. **Материалом** исследования послужили 30 текстов, опубликованных на страницах Интернет (по 10 текстов каждого жанра): реальные информационные письма о мероприятиях (в первую очередь научных) и образцы / примеры рекомендательных писем и писем-жалоб, представленные на образовательных и коммерческих сайтах. В данной публикации опишем содержательные (прагматические) компоненты модели речевого жанра (см. [3]) (коммуникативная цель, образ автора, образ адресата, диктум, фактор прошлого, фактор будущего), оставив последний компонент модели жанра – формальная организация / языковые особенности – за рамками исследования.

Коммуникативной целью **рекомендательного письма** является положительная характеристика человека, претендующего на получение работы. Автор сам формулирует цель, например: *Поэтому Яковлева Леонида Павловича рекомендую как способного, добросовестного и честного сотрудника на любые должности, связанные с продажами и сбытом продукции.* Следовательно, по своей коммуникативной цели рекомендательное письмо является оценочным жанром. Однако цель автора связана не столько с оценкой, сколько с информированием адресата о качествах рекомендуемого человека, поэтому рекомендательное письмо можно определить как информативно-оценочный жанр. Кроме того, в цели рекомендательного письма скрывается и императивная задача повлиять на решение потенциального адресата.

Автор текста знаком с работой рекомендуемого человека, чаще всего занимает руководящую должность: директор, начальник

отдела. Адресатом текста является потенциальный работодатель характеризуемого человека. Основу диктумного содержания рекомендательного письма составляет информация о деятельности и качествах рекомендуемого человека.

Событийным прошлым для рекомендательного письма чаще всего является уход сотрудника с места работы / желание перейти на другую работу. Будущее рекомендательного письма заложено в его коммуникативной цели: автор рекомендует своего сотрудника на какую-либо новую работу, соответственно, реализацией данной коммуникативной цели является устройство сотрудника на новую работу.

Цель **информационного письма** заключается в информировании адресатов о каком-либо предстоящем мероприятии, организуемом при участии автора письма, и в приглашении к участию в этом мероприятии. Например: *...приглашают принять участие в Международной научно-практической конференции «Статистика как средство международных коммуникаций»*. Следовательно, данный жанр можно назвать информативно-императивным.

Автор информационного письма является коллективным, текст письма составляет представитель организации, проводящей мероприятие. Чаще всего в конце текста письма нет указания на автора, данную информацию заменяет блок «контакты». Иногда в конце текста указывается автор письма одним из двух способов: 1) *Оргкомитет*, 2) фамилия, имя, отчество, роль автора в оргкомитете (*Зам. председателя Оргкомитета конференции*), должность представителя организации (*директор*). Информационное письмо адресовано группам людей, которые могут участвовать в мероприятии.

Инвариантными элементами содержания информационного письма являются необходимые данные о мероприятии: название мероприятия и его цель, место и время проведения мероприятия, условия участия. Прошлым для информационного письма является организация, подготовка мероприятия; будущим – участие адресатов письма в запланированном мероприятии.

Коммуникативная цель **письма-жалобы** – высказывание своего недовольства по поводу качества купленного товара или оказанных услуг (например: *...в Вашем магазине я купила пылесос «Vitek», через 3 месяца, во время гарантийного срока, он сломался*). Письмо направлено на то, чтобы адресат исправил свои ошибки, недочеты, улучшил ситуацию. Автор письма-жалобы прямо

формулирует свои требования, обозначая их в вежливой форме (например: *прошу заменить неисправный пылесос на пылесос «Samsung» с перерасчетом покупной цены*), и сообщает о мерах наказания, которые ожидают адресата, не выполнившего требования автора письма (например: *В случае игнорирования моих требований я буду вынуждена обратиться в суд*). По своей коммуникативной цели письмо-жалоба является императивно-оценочным жанром.

Автором письма-жалобы выступает потребитель товаров и услуг, покупатель. Он имеет право требовать от адресата выполнения правил, возмещения убытков, полученных в результате нарушений. Адресатом письма-жалобы является руководитель предприятия, организации, нарушившей договоренности, не выполнившей своих обязательств. Основное содержание письма-жалобы составляют 1) констатация факта покупки товара или обращения за услугами (с указанием соответствующей конкретной информации: сроки, название продукции, ее стоимость и т. п.); 2) указание на недостатки; 3) формулирование законных требований (со ссылкой на соответствующий закон).

Прошлым для письма-жалобы является факт получения автором у адресата услуги / товара низкого качества. Причем это событие произошло недавно, т. к. существуют законы, ограничивающие время возврата некачественного товара. Будущее данного жанра предполагает один из двух вариантов: выполнение адресатом требований автора или невыполнение.

Итак, в работе представлены описания содержательных элементов моделей деловых писем. Данные описания будут дополнены комплексной характеристикой формальной организации (седьмой пункт анкеты речевого жанра Т.В. Шмелевой) и в дальнейшем лягут в основу системы жанроориентированных упражнений, направленных на обучение иностранных студентов письменной деловой речи, в частности на формирование у студентов навыков написания письма-рекомендации, информационного письма и письма-жалобы в соответствии с заданными условиями коммуникации.

Список использованных источников

1. Казакова О.А., Сюэ Цзин, Чжан Дэвэй. Административные тексты в обучении русскому языку как иностранному: постановка проблемы // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сб. мат-лов XIII Междунар. науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых. Ч. 1. – Томск: Изд-во ТПУ, 2013. – С. 55–57.

2. Государственный образовательный стандарт по русскому языку как иностранному. Второй уровень. Общее владение / Иванова Т.А. и др. – М.–СПб.: «Златоуст», 1999. – 40 с.
3. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – Вып. 1. – С. 88–99.

Научный руководитель О.А. Казакова, к. филол. н., доцент ТПУ

Нагорнова Н.Н.

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НЕФТЕГАЗОВОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Сегодня нефтегазовая сфера играет важную роль в жизни мирового сообщества. Поэтому терминология нефти и газа заслуживает глубокого научного исследования и описания. В данной статье мы рассмотрим структурные и семантические особенности терминов нефтегазовой отрасли в немецком языке на примере 185 лексических единиц, взятых на сайте крупной немецкой нефтегазодобывающей компании «Винтерсхалл» (<http://www.wintershall.com/>).

Немецкая терминология нефтегазовой отрасли тесно связана с общеупотребительной лексикой, поэтому способы немецкого словообразования применимы и в данной ситуации, однако предпочтение отдается тем способам терминообразования, которые более точно выполняют функции нефтегазовой терминологии.

Основным способом словообразования в нефтегазовой терминологии немецкого языка является словосложение. С.В. Гринев [1] считает словосложение морфолого-синтаксическим способом терминообразования, что соответствует определению О.С. Ахмановой, согласно которому словосложение – цельнооформленное соединение двух и более морфем, выступающих в качестве корневых в отдельных словах [2].

Распространенность словосложения как способа терминообразования объясняется мотивированностью сложных слов, их способностью устранять нежелательную многозначность терминов. В нашем исследовании 98 терминов образовано путем словосложения, что составило 52,9 % от всей выборки. По мнению С.В. Гринева, популярность сложных терминов объясняется тем, что сложное слово всегда короче словосочетания, оно цельнооформлено, более удобно в использовании [1].