

## ЭКСПРЕССИВНЫЙ СИНТАКСИС В ПИСЬМАХ-ОФЕРТА

В аутентичных письмах-оферта, предлагающих интеллектуальные услуги, поддаются выделению многочисленные проявления экспрессивного синтаксиса.

*Ключевые слова и фразы: письмо-оферта, экспрессивность, экспрессивный синтаксис, стилистический прием.*

Письмо-оферта – это предложение товаров и услуг определенному лицу или кругу лиц с целью заключения сделки<sup>1</sup>. Составители оферт стремятся вызвать интерес у адресатов и тем самым вовлечь их в деловое сотрудничество. Рассматриваемая разновидность деловых писем уже не раз привлекала внимание специалистов в области лингвостилистики, когнитивистики, межкультурной коммуникации и прагматики [14; 18; 20; 23]. Письма-оферта изучались более подробно и с точки зрения использования в них узуальных словосочетаний и экспрессивных элементов [9; 17]. В настоящей статье исследование экспрессивности в офертах будет продолжено с особым вниманием к синтаксическому аспекту и прежде всего к экспрессивному синтаксису.

Существует немало определений термина «синтаксис». В одном из наиболее авторитетных источников предлагается следующее толкование: «раздел грамматики, изучающий процессы порождения речи: сочетаемость и порядок следования слов внутри предложения, а также общие свойства предложения как автономной единицы языка и высказывания как части текста»<sup>2</sup>. Экспрессивный синтаксис как видовое понятие охватывает «экспрессивные – выразительные, изобразительные – оттенки, присущие той или иной синтаксической конструкции или тем или иным комбинациям синтаксических конструкций» [6. С. 61].

Для понимания истинной природы и предназначения стилистических синтаксических средств весьма важное значение имеет определение нормы (особенно применительно к синтаксическому аспекту языка) и конституирующих ее параметров. В наиболее общем виде под нормой языка следует понимать «те установившиеся в данный период его развития в литературном языке мор-

---

\* © Дарбишева Х.А., 2008

Дарбишева Хадижат Асхабалиевна (hadijat\_78@mail.ru), кафедра английского языка Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, 119991, Россия, г. Москва, ГСП-1, Ленинские горы.

фологические, фонетические, синтаксические и стилистические правила употребления, нарушение которых ощущается не как ошибка, а как результат проявления индивидуально осознанных отклонений» [8. С. 181; 29]. В.В.Виноградов писал в связи с этим: «Чем определеннее и устойчивее норма, тем ярче и выразительнее стилистически оправданные уклонения от нее и тем интенсивнее процесс стилистического развития и стилистической дифференциации языка» [7. С. 8]. Добавим к процитированному высказыванию выдержку из «Очерков по стилистике английского языка» И.Р.Гальперина: «Стилистика языка изучает синтаксические выразительные средства языка и синтаксические стилистические приемы, создающие особую организацию высказывания, отличающую такое высказывание от высказывания в условно называемой нами «нейтральной» форме изложения» [8. С. 180].

Р.Р. Чайковский противопоставляет экспрессивные синтаксические конструкции таким, которые находятся в состоянии синтаксического покоя, и определяет экспрессивность как «свойство синтаксических форм увеличивать прагматический потенциал высказывания сверх той степени, которая достигнута лексическими значениями элементов, наполняющих эти синтаксические формы»<sup>3</sup>.

Определив ключевые понятия и обобщив наиболее существенные наблюдения в рассматриваемой области, целесообразно обратиться к материалу [21. С. 50]:

Thank you very much for your enquiry and you will find enclosed a catalogue giving detailed information about our tubeless tyres and including the impressive results we have achieved in rigorous factory and track tests. Please note the items on safety and fuel economy which have proved the main selling points of this product.

With regard to trade discounts, we are allowing 25% off list prices to bona fide retailers and wholesalers, with quantity discounts for orders over £ 3,000.00.

We will be pleased to supply any further information you require.

Yours sincerely,

В этой оферте соблюдается цельноблочный формат, например, отсутствуют абзацные отступы, последовательно выстраиваются основные блоки письма, используется свободная строка между абзацами. В письме предлагается товар – tubeless tyres, упоминается возможность предоставления 25%-ной скидки розничным и оптовым торговцам при соблюдении определенных условий.

Запятая после заключительной формулы вежливости является отклонением от классического цельноблочного формата. Фраза Yours sincerely, завершающая текст оферты, как правило, используется теми, кто в оформлении деловых

писем придерживается британской нормы. Общеупотребительные термины – selling point, product, trade discount, list price, retailer, wholesaler, quantity, order – связывают рассматриваемую оферту с миром бизнеса. В тексте также присутствуют указания на отрасль, именуемую автомобилестроением (Automotives): tubeless tyres, track tests, fuel.

Узуальные словосочетания и высказывания – Thank you very much for...| ... find enclosed ...| a catalogue giving detailed information about ...| ... the main selling points of this product| With regard to ...| bona fide retailers and wholesalers| quantity discounts for orders over ...| We will be pleased to supply any further information you require – указывают на передачу собственно информации и содействуют реализации функций общения и сообщения. Синтаксис этого письма не свидетельствует о каких-либо отклонениях от принятой нормы. Иначе говоря, в этой оферте нет проявлений экспрессивного синтаксиса: предложение товара осуществляется с опорой на принятую в этом жанре деловой переписки систему речеупотребления.

Какова онтология экспрессивного синтаксиса в письмах-оферта, предлагающих интеллектуальные услуги? Обратимся к аутентичному материалу, предоставленному в распоряжение автора статьи его научным руководителем профессором Т.Б. Назаровой<sup>4</sup>.

## THE NEW YORKER

Dear Subscriber:

Would you believe ... your subscription to The New Yorker will be coming up for renewal.

We're being somewhat forehanded with this notice because, if you're as foresighted as most busy people we know, you'll want to take care of this small bit of business quickly, in advance, before it slips your mind.

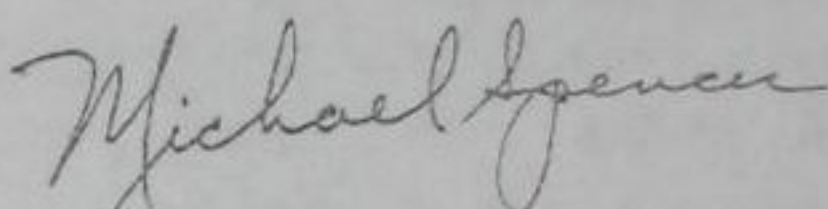
It's the best way to make sure that, whatever the pressures and problems of the weeks ahead, you're all set in one area...signed on for another full year of the civilized pleasures and perceptions that only The New Yorker can bring you.

As you'll see from the enclosed form, you benefit from a substantial discount under the single copy price.

So why not take this opportunity to save more money now -- and save the trouble of having to renew all over again a year from now?

There is no need to write a check at this point, unless you wish. We'll be happy to charge your credit card.

Sincerely,



Michael Spencer

for The New Yorker

NYR20102 [www.newyorker.com](http://www.newyorker.com)

Рассматриваемое письмо представляет собой разновидность оферты: в нем содержится обращение к подписчику авторитетного журнала с напоминанием о необходимости продления годовой подписки. Иными словами, все составляющие письма-оферта налицо – предмет обсуждения, условия сделки и сроки.

С точки зрения оформления, используемого адресантом, письмо также соответствует стандартам деловой переписки. Во-первых, использован официальный бланк (letterhead), состоящий из названия журнала The New Yorker, выделенного полужирным шрифтом; в конце страницы даны регистрационный номер и адрес Интернет-сайта<sup>5</sup>. Во-вторых, письмо следует цельноблочному формату и включает такие блоки, как вступительное обращение, основное содержание письма и традиционное выражение после него, заключительная формула вежливости, имя отправителя и его подпись. В-третьих, использованы типичные для делового письма интервалы – межстрочный и межабзацный. В-четвертых, в тексте письма задействованы общеупотребительные термины, например: business, benefit, discount, price, money, check, credit card, указывающие на связь с миром бизнеса; наряду с ними в тексте использована специализированная отраслевая лексика: subscriber, subscription, renewal.

Двоеточие после вступительного обращения создает определенную знаковую ситуацию – это письмо написано представителем американского журнала и шире американской культуры. Аналогичное знаковое содержание сообщает

и заключительная формула вежливости *Sincerely*, которая является сокращенной формой американской *Sincerely yours* (ср. *Yours sincerely* в британском варианте).

В плане оформления необходимо обратить внимание также на то, что в этом письме отсутствует дата, не указаны адреса адресата и адресанта, нет указания на общее содержание письма. Бросаются в глаза красная строка и выравнивание текста по левому краю, а также центрированное расположение заключительного блока письма. Один из блоков письма дан более узкой колонкой и поэтому особо выделяется на фоне основного текста. Если красная строка свидетельствует об использовании модифицированного блочного стиля, то обособление одного абзаца, скорее всего, характеризует принятый в этом журнале подход к оформлению деловых писем.

Из предыдущего изложения следует, что рассматриваемое аутентичное письмо обладает характеристиками как в целом делового письма, так и одной особой разновидности, именуемой письмом-оферта. В дальнейшем нам предстоит показать, что в этом письме имеют место многочисленные отклонения от привычного для деловой корреспонденции сочетания нейтрального и официально-делового стилей. Речь идет, прежде всего, об экспрессивности форм, конструкций и синтаксических структур.

Выделение проявлений экспрессивного синтаксиса сопряжено с усилиями по разграничению собственно синтаксических и смежных явлений, например морфологических и лексико-фразеологических. В этой оферте присутствие нейтральной общестилевой основы минимизировано, так как на первый план выходит менее официальная, а зачастую и разговорная речь. Именно об этом свидетельствует первое предложение:

Would you believe ... your subscription to The New Yorker will be coming up for renewal.

Аналогичное впечатление оставляют и сокращенные формы: *We're ... | ... you're | ... you'll | It's ... | ... you're | We'll ...*, более характерные для устной речи и в текстах письма-оферта создающие доверительный тон, располагающий адресата к общению.

Первое законченное высказывание оферты заслуживает внимания и с собственно синтаксической точки зрения, так как это весьма своеобразное сложноподчиненное предложение: его основная часть более характерна для устной речи<sup>6</sup>, в то время как подчиненная часть могла бы быть использована в традиционном для делового письма первом абзаце, например:

We would like to inform you that your subscription to The New Yorker will be coming up for renewal in two months' time.

Приведем для сравнения несколько предложений, использованных в начале писем-оферта, проанализированных нами в других публикациях:

We are glad to inform you that thanks to improved methods of production we are able to offer you our range of video cassettes at a reduced price for large quantities.

You will be impressed to hear that we can offer you for immediate delivery a wide range of cosmetics at very special prices from stock.

We thank you for your letter of 28 June, and are glad to inform you that all the items listed in your enquiry are in stock.

Сложноподчиненным является и второе предложение рассматриваемой оферты<sup>7</sup>. Воспроизведем его для более подробного изучения:

We're being somewhat forehanded with this notice because, if you're as foresighted as most busy people we know, you'll want to take care of this small bit of business quickly, in advance, before it slips your mind.

Выразительность достигается несколькими приемами: элементы разговорного стиля (сокращенные формы *we're* и *you'll*, о которых говорилось выше); абзац, равный по длине предложению; усложненная структура самого предложения – придаточное внутри придаточного, что создает неплавную речь, т.е. парантезу; намеренное дистантное соположение двух созвучных многосложных слов *forehanded* и *foresighted* сниженной частотности, т.е. паронимическая аттракция<sup>8</sup>.

Извлечение придаточного условного из состава предложения повлекло бы за собой утрату большой доли экспрессивности, например: *We are being somewhat forehanded with this notice so that you could take care of your subscription as soon as possible.* В подобной ситуации, однако, использование прилагательного *forehanded* (в отсутствие созвучного *foresighted*) оказалось бы недостаточно обоснованным, так как исчезла бы функциональная потребность в многосложном нечастотном книжном слове.

Обратимся, следуя очередности, к третьему предложению в рассматриваемой оферте. Оно также является сложноподчиненным, как и два предыдущих;

оно также равно по длине абзацу. Примечательно то, что и в этом случае мы имеем дело с экспрессивным синтаксисом – разные по стилю конструкции осложнены наличием паронимической аттракции, с одной стороны, и парантетиического внесения, с другой стороны:

It's the best way to make sure that, whatever the pressures and problems of the weeks ahead, you're all set in one area...signed on for another full year of the civilized pleasures and perceptions that only The New Yorker can bring you.

В этом предложении многоточие («знак препинания в виде трех рядом поставленных точек» [5. С. 236]) употребляется для смыслового подчеркивания следующего за ним высказывания. Для воздействия на адресата составители письма прибегли к приёму нарастания, сущность которого заключается в том, что каждая следующая формулировка оказывается в эмоциональном, логическом и количественном отношениях сильнее предыдущей [8. С. 235].

Обратимся на следующем этапе анализа материала к пятому предложению, начинающемуся с разговорного выражения *why not*<sup>9</sup>, (о четвертом предложении речь пойдет позднее, так как оно не несет особой нагрузки по части экспрессивности и главным образом сообщает информацию). Внимание читателя привлекает его обособленность в виде более узкой колонки с центрированным расположением на странице:

So why not take this opportunity to save more money now - and save the trouble of having to renew all over again a year from now?

Употребление вопросительного предложения в повествовательном тексте представляет собой намеренное обыгрывание синтаксиса устной речи<sup>10</sup>. Однако, если в диалоге и полилоге вопрос служит целям непосредственного общения и взаимодействия, то в монологической речи, и тем более в письменной форме, он используется для привлечения внимания к утверждению, которое следует за вопросом [8. С. 213].

К сказанному необходимо добавить, что экспрессивность рассматриваемого предложения достигается также и за счет других стилистических приемов, например повтора, параллельных конструкций и контраста. Приведем все предложение еще раз:

So why not take this opportunity to save more money now -- and save the trouble of having to renew all over again a year from now?

Повторы – это «целенаправленное отклонение от нейтральной синтаксической нормы, для которой достаточно однократного употребления слова» [4. С. 182]. Преднамеренный повтор всегда придает высказыванию дополнительную эмоциональность и экспрессивность. В рассматриваемом предложении использованы два устойчивых сочетания глагола *save* – *save money* и *save the trouble of doing smth*, которые усиливают контраст между *now* и *a year from now*, создаваемый таким стилистическим приемом, как антитеза<sup>11</sup>.

Преобразование вопросительного предложения в утвердительное и «нейтрализация» стилистических приемов сделали бы текст письма неприемлемым для целей оферты: письмо-предложение и письмо-напоминание призваны содействовать развитию и укреплению связей с клиентами, а это требует дополнительных усилий по осознанному воздействию на адресата.

Четвертое предложение можно считать типичным для деловой переписки: оно содержит информацию о предоставлении скидки. Как и предыдущие, данное предложение сложноподчиненное и функционально приравнивается к абзацу. Придаточное условия в составе рассматриваемого высказывания выполняет функцию отсылочной парантезы; сокращенная глагольная форма 'll является отклонением от официально-делового стиля.

As you'll see from the enclosed form, you benefit from a substantial discount under the single copy price.

Приведем для сравнения несколько предложений с упоминанием скидки из других оферт:

In addition to the trade discount stated, we would allow you a special first-order discount of 5%.

To encourage all customers to lay in a good opening stock this year, we are prepared to offer a special trade discount of 4% on all orders over £500 net value received before the end of the month.

Заключительный шестой абзац рассматриваемого письма-оферта из журнала *The New Yorker* включает два предложения, в которых адресату подсказывают наиболее удобный способ продления подписки. Разговорный стиль завершающего сверхфразового единства максимально содействует поддержанию дружеского тона в доверительном общении двух сторон.



There is no need to write a check at this point, unless you wish. We'll be happy to charge your credit card.

Примечательно то, что пишущий избегает стандартных формулировок, в высшей степени характерных для завершения традиционных писем-оферта. Перечислим некоторые из них, обращая особое внимание на клишированность и официально-деловой стиль.

I look forward to welcoming you as a subscriber to the journal in the very near future.

We will be pleased to supply any further information you require.

We appreciate your past custom, and look forward to supplying you in the new year at the new price.

We would be only too happy to furnish you with any additional information.

We will gladly answer any further queries by telephone, fax or letter, and look forward to hearing from you.

Завершая статью, хотелось бы отметить, что исследование писем-оферта представляется чрезвычайно интересным именно потому, что в них сосуществуют разные стили – нейтральный, официально-деловой и разговорный; в них также используется немало стилистических средств, придающих текстам писем экспрессивность и выразительность. Рассмотренный нами аутентичный образец оферты демонстрирует экспрессивность в целом и экспрессивность синтаксиса в частности. В связи с проанализированным материалом возникает несколько вопросов. Перечислим наиболее существенные из них: Всегда ли письмам-оферта присуща экспрессивность? Есть ли различия между британскими и американскими офертами с точки зрения экспрессивности? Эти вопросы будут снабжены ответами в кандидатской диссертации автора статьи «Онтология экспрессивности в письмах-оферта».

*Автор статьи благодарит д. филол. н., проф. Т.Б. Назарову за внимание к работе и полезные замечания.*

### Примечания

<sup>1</sup> Говоря о письме-оферта (или оферте), специалисты, как правило, имеют в виду несколько разновидностей деловых писем – письмо-предложение, письмо-реклама и письмо-приглашение [24].

<sup>2</sup> Лингвистический энциклопедический словарь [15. С. 448].

На кафедре английского языка филологического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова под руководством профессора О.С.Ахмановой была предложена многоуровневая система синтаксического анализа: «статический синтаксис» – учение о членах предложения, «динамический синтаксис» – учение о функциональной перспективе высказывания, «неплавная речь» – учение о парантетических конструкциях в

предложении и тексте, «фразировка» – просодическое и тембральное оформление высказывания. См. об этом подробнее [1; 2; 10-12].

<sup>3</sup> См. об этом подробнее [22. С. 196].

В ряде работ подчеркивается необходимость разграничения понятий «экспрессивный синтаксис» и «стилистический синтаксис». См. напр.: [2. С. 7-8]. Это вопрос методологической значимости, и, с учетом современного состояния научной теории, представляется правомерным утверждение о том, что экспрессивный синтаксис является пограничной областью между собственно синтаксисом и стилистикой, так как, говоря об экспрессивности синтаксиса, мы переходим в сферу стилистики, а в поисках стилистических проявлений на разных уровнях языка и речи неизбежно включаем в объект описания синтаксический аспект.

<sup>4</sup> Этот материал, включающий только аутентичные письма, анализируется в третьем разделе моей кандидатской диссертации «Онтология экспрессивности в письмах-оферта».

<sup>5</sup> Очевидно, что не перегруженный атрибутами официальный бланк свидетельствует о минималистском стиле, характерном для оформления писем подобного рода в этом авторитетном журнале. Ср.: **принятый стиль (house style)** – «определенные образцы оформления деловой документации и корреспонденции, принятые компанией и используемые ее сотрудниками» [16. С. 58-59].

<sup>6</sup> Воспользуемся в этой связи разъяснениями из авторитетного одноязычного корпусного словаря: “**would you believe it spoken** used for emphasizing that you are surprised or shocked by something” [26. P. 114].

<sup>7</sup> В связи с рассматриваемым материалом представляется очень полезным следующее наблюдение профессора И.Р. Гальперина в отношении синтаксических особенностей деловой речи: «Наиболее общими из них являются длинные предложения, развернутые периоды с чрезвычайно разветвленной системой союзной связи. Иногда одно предложение охватывает все условия договоренности, которые определяют отношения и которые могут возникнуть в результате реализации таких отношений. Усложненный синтаксис деловых документов исторически объясним. Связи между предложениями отражают, как известно, реальные связи между выражаемыми понятиями. Эта связь особенно четко выступает при наличии соответствующих союзов, определяющих характер связи» [8. С. 435].

<sup>8</sup> Подробно о паронимической аттракции говорится в книге «Филология и семиотика. Современный английский язык» [16. С. 68-113].

<sup>9</sup> И в этом случае заручимся поддержкой корпусной лексикографии: “**why not do smth spoken** used for making a suggestion” [26. P. 1640].

<sup>10</sup> Как отмечают специалисты, вопрос обладает большей эмоциональной нагрузкой, чем утверждение и отрицание, поэтому утверждение, облеченное в вопросительную форму, становится более эмоционально-окрашенным, более эмфатичным, полнее передает отношение говорящего к предмету мысли и слушающему [25]. Ср.: «Вопросительность является важным средством смягчения категоричности коммуникативного давления» [3. С. 100].

<sup>11</sup> “Antithesis is *any* identification of contrast meant to be perceived by the recipient.” Скребнев 2003:164. Ср.: “Antogonistic features may not be inherent in the objects in question but be imposed on them by the speaker” [19. С. 125].

### Библиографический список

1. Александрова, О.В. Синтаксические диеремы в системе речи: автореф. дис. ... д-ра. филол. наук / О.В.Александрова. – М., 1982. – 33 с.

2. Александрова, О.В. Проблемы экспрессивного синтаксиса / О.В.Александрова – М.: Высшая школа, 1984. – 212 с.
3. Американское коммуникативное поведение. – Воронеж: ВГУ-МИОН, 2001. – 224 с.
4. Арнольд, И.В. Стилистика. Современный английский язык / И.В.Арнольд. – М.: Наука, 2006. – 384 с.
5. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С.Ахманова. – М.: Советская энциклопедия, 1969. – 576 с.
6. Виноградов, В.В. Итоги обсуждения вопросов стилистики / В.В.Виноградов // Вопросы языкознания. – 1953. – №1. – С. 60-87.
7. Виноградов, В.В. Язык Гоголя и его значение в истории русского языка / В.В. Виноградов // Материалы и исследования по истории русского литературного языка. – М., 1953. – АН ССР. – Т. III. – С. 4-44.
8. Гальперин, И.Р. Очерки по стилистике английского языка / И.Р. Гальперин. – М.: Издат-во лит. на иностр. яз., 1958. – 459 с.
9. Дарбишева, Х.А. Онтология экспрессивности в деловой корреспонденции на английском языке / Х.А. Дарбишева // Научная мысль Кавказа. – 2008. – №3. – С. 131-137.
10. Долгова, О.В. Формы и функции парантетических внесений в английской научной прозе: дис. ... канд. филол. наук / О.В. Долгова. – М., 1976. – 176 с.
11. Долгова, О.В. Семиотика неплавной речи / О.В. Долгова. – М.: Высшая школа, 1978. – 263 с.
12. Долгова, О.В. Синтаксис как наука о построении речи / О.В. Долгова. – М.: Высшая школа, 1980. – 191 с.
13. Задорнова, В.Я. Стилистика английского языка: методические указания / В.Я. Задорнова. – М.: Издат-во Московского университета, 1986. – 32 с.
14. Лазарева, А.В. Коммуникативно-прагматические аспекты коммерческой корреспонденции как формы диалога: дис. ... канд. филол. наук / А.В. Лазарева. – М., 2003. – 170 с.
15. Лингвистический энциклопедический словарь / под. ред. В.Н. Ярцевой. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1990. – 685 с.
16. Назарова, Т.Б. Филология и семиотика. Современный английский язык. – 2-е издание / Т.Б. Назарова. – М.: Высшая школа, 2003. – 191 с.
17. Назарова, Т.Б. Узуальные словосочетания в письмах-оферта / Т.Б. Назарова, Х.А. Дарбишева // Вестник Самарского государственного университета. – 2008. – №5/2(64) – С. 91 – 101.
18. Разговорова, Н.Н. Лингвостилистические особенности делового письма (на материале английской коммерческой корреспонденции): дис. ... канд. филол. наук / Н.Н. Разговорова. – М., 1983. – 202 с.
19. Скребнев, Ю.М. Основы стилистики английского языка / Ю.М. Скребнев. – М.: АСТ/Астрель, 2003. – 221 с.
20. Стеблецова, А.О. Национально-культурная специфика делового текста: дис. ... канд. филол. наук / А.О. Стеблецова. – Воронеж, 2001. – 212 с.
21. Шевелева, С.А. Деловая переписка на английском языке / С.А. Шевелева, С.А. Скворцова. – М.: Филоматис, 2008. – 168 с.

22. Чайковский, Р.Р. Общая лингвистическая категория экспрессивности и экспрессивность синтаксиса / Р.Р. Чайковский // Уч. записки МГПИИЯ им. М. Тореца. Вопросы романо-германской филологии. – 1971. – Т. 64. – С. 196 – 200.
23. Юнг, А.В. Когнитивные основы делового письма: дис. ... канд. филол. наук / А.В. Юнг. – Владивосток, 2004. – 192 с.
24. Alexandrova, O.V. Major Syntax / O.V. Alexandrova. – М.: Издат-во Московского университета, 1981. – 44 с.
25. Galperin, I.R. Stylistics / I.R. Galperin. – М.: Высшая школа, 1977. – 336 p.
26. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. – Bloomsbury Publishing Plc, 2002. – 1692 p.
27. Nazarova, T.B. Dictionary of General Business English Terminology / T.B. Nazarova. – М.: AST/Astrel, 2002. – 127 p.
28. Nazarova, T.B. Business English. A Course of Lectures and Practical Assignments / T.B. Nazarova. – М.: AST/Astrel, 2004. – 272 p.
29. Shakhovsky, V.I. English Stylistics / V.I. Shakhovsky. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 232 p.

*H.A. Darbisheva*

#### EXPRESSIVE SYNTAX IN BUSINESS LETTERS KNOWN AS “OFFERS”

In business letters offering intellectual information one can find numerous instances of expressivity in general and expressive syntax in particular.

*Keywords and phrases: offer, expressivity, expressive syntax, stylistic device.*

Статья принята в печать в окончательном варианте 04.12.08 г.