

**M.S. Dudnikova**  
*Schools of English "Englishburgh"*

## **TITLE MINITEXTS IN CONTEMPORARY ENGLISH TV DISCOURSE**

**Abstract:** *This paper presents elicitation of typological characteristics of a headline as a minitext in English TV discourse on the basis of linguistic analysis of British and American entertaining TV program headlines.*

**Key words:** *headline, minitext, TV discourse.*

УДК 811.111

**Н.В. Ильичева**  
*Самарский национальный исследовательский  
Университет имени академика С.П. Королёва  
nilycheva@mail.ru*

## **КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ УЧЕБНОМ ДЕЛОВОМ ВИДЕОДИСКУРСЕ: НА МАТЕРИАЛЕ МАЛОФОРМАТНЫХ ТЕКСТОВ**

**Аннотация:** *Проведенное исследование позволяет сделать вывод о специфике учебного делового видеодискурса и расширении дидактического потенциала учебных видеоматериалов. Систематизация коммуникативных стратегий в сфере англоязычного учебного делового общения, а также регистрация причин типичных коммуникативных сбоев могут найти применение в педагогической практике для предупреждения и преодоления типичных ошибок в процессе овладения английским языком в целях делового общения.*

**Ключевые слова:** *учебный деловой дискурс, англоязычное видео, коммуникативные стратегии*

Расширение образовательного пространства, установление разноплановых связей с другими государствами в сфере науки и культуры создает российским специалистам объективные пред-

посылки для обмена опытом, получения образования, поддержания профессиональных и деловых контактов с использованием английского языка. Вступление России в международное сообщество, глобализация экономических отношений, распространение новых телекоммуникационных технологий и всемирной компьютерной сети Интернет обусловили укрепление позиций английского языка как средства международного общения в деловом мире. В связи с этим первостепенное значение приобретает лингвистическое осмысление англоязычного учебного делового дискурса, выявление механизмов формирования эффективных коммуникативных стратегий в сфере современной учебной англоязычной деловой коммуникации и систематизация прагмалингвистических и паралингвистических маркеров англоязычного учебного делового видеодискурса.

На современном этапе расширения диапазона учебных материалов деловое учебное англоязычное видео представляет собой целостную систему речевых и поведенческих норм, ориентированных на формирование коммуникативной компетенции и достижение цели делового общения [Харьковская А.А., Черкунова М.В. 2007, с.191]. Преимущества использования видеоматериалов в процессе изучения иностранного языка заключаются в том, что видеоряд выполняет комплементарную функцию по отношению к вербальному способу организации информационного поля и создает объективные предпосылки для овладения невербальными аспектами коммуникации, что, безусловно, способствует совершенствованию и усилению дидактического потенциала современной системы обучения иностранному языку.

В настоящей работе подробно рассматриваются коммуникативные ситуации, где вербальные и невербальные способы организации делового коммуникативного пространства, которые перечислены в работе А.А.Харьковской [Харьковская А.А. 2000, с.82], представляют собой целостную картину поведения людей, использующих английский язык в качестве средства международного делового общения. Кроме того, в данной работе анализируются и те ситуации, в которых представители британского этноса чувствуют себя недостаточно комфортно. Таким образом,

проводимое исследование включает в себя не только нормы речевого поведения, характерные для изучаемой нации, но и коммуникативные ситуации, которые для носителей английского языка являются нетипичными, нарушающими установленные ими поведенческие и коммуникативные правила.

В связи с вышеперечисленными причинами, особое значение приобретает *научное* осмысление прикладных аспектов использования видеоматериалов учебного характера. Лингвистический анализ этого вида учебной продукции позволяет обнаружить основные тенденции в оформлении речевого поведения обучающихся иностранному языку, что способствует систематизации теоретических сведений, характеризующих особый вид дискурса, в нашем случае, – англоязычного учебного делового видеодискурса, представленного текстами малого объема, получившими наименование “minitexts” [Kharkovskaya A.A., Ponomarenko E.V., Radyuk A.V.]. Малый формат подобных сообщений является основным критерием для их классификации [Vedeneva Y.V., Kharkovskaya A.A., Malakhova V.L., p. 27].

По нашему мнению, в свете современных лингвистических учений в настоящий момент можно говорить о самостоятельном типе учебного делового дискурса, в котором происходит коммуникативное взаимодействие сторон, участвующих в процессе обучения деловому общению. Данное взаимодействие происходит в основном устно, однако оно неизменно основывается на произведениях письменной речи, которыми в нашем случае являются тексты аутентичных видеопособий по деловой коммуникации.

С учетом изложенных теоретических положений представляется возможным, используя дискурсивные технологии, дать адекватное толкование коммуникативным составляющим лингвистического континуума, в нашем случае – англоязычного учебного делового видеопространства. Важнейшей характеристикой данного пространства является *членимость*, как *категориальная* (специфические вербальные и невербальные маркеры коммуникации), так и *прагматическая* (наличие ключевых тематически объединенных групп). Тенденция к типологизации, существую-

шая в учебном дискурсе в целом [Харьковская А.А., Дюмина О.В. 2016, с.289], присуща и деловому видеодискурсу в частности и находит отражение в стремлении авторов учебных видеоматериалов представить лишь наиболее важные в содержательном отношении фрагменты делового коммуникативного пространства и показать широкий диапазон лексических, грамматических, синтаксических средств, обслуживающих деловое коммуникативное поле.

Проблема прагматической компетенции встает наиболее остро в условиях международного делового общения, когда исследуемый язык-посредник (в нашем случае – английский язык) является иностранным для нескольких (или даже для всех) коммуникантов. Поэтому вполне понятно, что подготовка специалистов для работы в сфере международного бизнеса сегодня не может ограничиваться обучением английскому языку в традиционном понимании этой задачи и должна быть ориентирована на овладение прагматической (или коммуникативной) компетенцией в контексте вышеперечисленных ключевых тематически объединенных разделов.

Специфической чертой англоязычного учебного делового видеодискурса является *стремление к максимальной достоверности*, включение как диалогов бытового характера, так и набора определенных ситуаций делового общения. В них находят отражение типовые аспекты деловой коммуникации, т.е. каждое пособие обладает конкретной дидактической ориентацией. Например, в видеокурсах “Professional Presentations” и “Effective Telephoning” рассматриваются презентации и беседы по телефону, в “Market Leader: Alliance” включены ситуации, возникающие при взаимодействии и слиянии компаний в современной ситуации глобализации экономики.

Деловое учебное видео представляет собой целостную систему речевых и поведенческих норм, способствующую развитию профессиональной лингвистической компетенции в сфере деловых контактов. Отличительной особенностью англоязычного делового дискурса является стремление авторов учебных видеоматериалов показать широкий диапазон вербальных и невербаль-

ных маркеров, обслуживающих деловое коммуникативное поле. С другой стороны, присутствует стремление ограничить вариативность делового общения типологическими рамками речевого поведения носителей языка (англичан и американцев). Это можно объяснить тем обстоятельством, что вовлечение в процесс деловой коммуникации представителей этноса, для которых английский язык не является родным, предполагает стереотипизацию лексических единиц, входящих в учебное деловое коммуникативное поле, и его более доступную синтаксическую организацию, что соответствует параметрам учебного дискурса. Таким образом, в ходе изучения фактического материала было обнаружено, что в проектах, ориентированных на обучение людей, желающих овладеть английским языком делового общения, вербальные и невербальные компоненты четко спланированы.

В систематизации вербальных маркеров деловой коммуникации мы опираемся на типологию систематических рубрикаций исследуемых видеокурсов. Анализ содержательных параметров тематически объединенных групп в рамках исследуемых видеоматериалов позволил выявить следующие закономерности: *ситуации делового общения* (представление себя и партнеров, приветствие, прощание, беседы по телефону, беседы бытового характера) сопровождаются *вербальными маркерами деловой коммуникации* (личные имена собственные, названия стран и городов, названия компаний, отделов компании и должностей, речевые формулы положительной вежливости).

Такие *ситуации делового общения*, как совещания, переговоры, презентации, проведение экскурсии по предприятию / заводу (company information) оформлены *вербальными маркерами деловой коммуникации* – имена существительные с модальным значением, названия торговых марок, названия продуктов и услуг, речевые формулы положительной вежливости. Следовательно, учебная коммуникация отличается смоделированным характером, что находит отражение в ограниченном словарном запасе, клишированности и регулярной повторяемости наиболее употребительной лексики и речевых формул.

В результате изучения формальных параметров англоязычного учебного делового видеодискурса можно сделать вывод о явном преобладании групповой формы коммуникации (диалог и полилог) в деловом общении (63.1 %), что объясняется спецификой учебного делового видеодискурса, задачей которого, в отличие от печатных учебников, является изучение устной формы делового общения, представленной в диалогическом и групповом общении. Изучение материалов выборки показало, что в деловых переговорах чаще всего задействованы команды, а не отдельные представители бизнеса, заинтересованные в достижении четко поставленных задач.

Как показал анализ, коммуникативная парадигма англоязычного учебного делового видеодискурса отличается многообразием применяемых в нем коммуникативных стратегий, которые прежде всего группируются по тематическому принципу, отвечающему целям и задачам учебного порядка. Тематические разделы учебного видеокурса представляют собой проблемное поле, в границах которого логика обсуждаемых понятий предполагает позиционные различия сторон, участвующих в деловой коммуникации. Эти различия в условиях делового общения обусловлены, как правило, столкновением мнений, разногласиями между партнерами, различными деловыми целеустановками.

В науке о языке наиболее традиционным считается интерактивный подход к пониманию стратегии как определённого набора коммуникативных действий, последовательности шагов, совершаемых коммуникантами для достижения какой-либо цели и определяемых социальными нормами общения [Астафурова Т.Н. 1997, с.12; Иссерс О.С. 2002, с. 150-151; Колтунова М.В. 2002, с. 48].

При обсуждении коммуникативных стратегий различного назначения и содержания специалистами предлагаются различные варианты классификаций. Э.Берн выделяет следующие типовые цели коммуникации и, соответственно, коммуникативные стратегии [Берн Э. 1992, с. 94]:

– конвенциональная (достижение согласия, заключение договора и поддержание условий конвенции);

– конфликтная (обнаружение разногласий и акцент на этих разногласиях), характеризуемая умеренным речевым поведением, которое регулируется системой конвенций делового этикета соответствующего этноса;

– манипуляционная (захват смыслового пространства коммуникации с тем, чтобы навязать участнику коммуникации свою коммуникативную стратегию).

Представляется целесообразным дополнить классификацию Э. Берна такими индикаторами деловой коммуникации, как организационная, компенсационная и риторическая стратегии [Астафурова Т.Н. 1997, с. 28], поскольку они относятся к объективным характеристикам учебного делового дискурса. Если компенсационные стратегии направлены на коррекцию коммуникативных ошибок или неудач, организационные – на структурирование, организацию речевой коммуникации, то риторические стратегии призваны оказать воздействие (эксплицитное и имплицитное) на партнера.

Набор коммуникативных стратегий англоязычного учебного делового видеодискурса показывает, что определенные стратегии делового общения используются не только представителями англоязычной культуры, но и бизнесменами-иностранцами. Так, в ситуациях совещаний, переговоров, бесед по телефону, в которых задействованы коммуниканты-носители языка и их иностранные партнеры по бизнесу, основными являются *организационная и конфликтная коммуникативные стратегии*, что подтверждается преобладанием в материалах выборки по этим коммуникативным ситуациям речевых актов типа ассертивов и коммиссивов. Функция невербальных средств оформления деловой коммуникации в этих случаях ограничивается дополнением, уточнением и регулированием речевого поведения.

Схема № 1 демонстрирует комплекс коммуникативных стратегий англоязычного учебного делового видеодискурса. Коммуникативные и речевые стратегии англоязычного учебного делового видеодискурса соотнесены с ситуациями делового общения, в которых данные стратегии являются основными.

## Деловой учебный видеодискурс

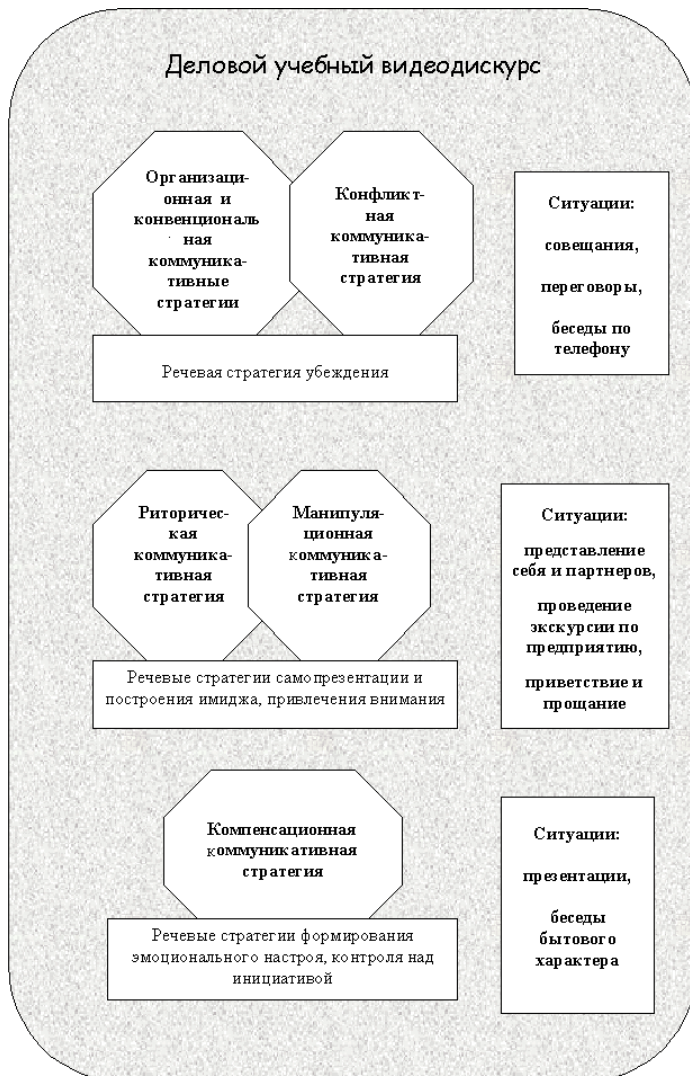


Схема № 1. Комплекс коммуникативных стратегий



Схема № 1 наглядно отражает, что набор коммуникативных стратегий, реализуемых в границах дискурсивного видеопро-странства, представленного материалами по обучению деловому английскому, отличается определенной иерархической последовательностью в терминах лингвистических маркеров и соотносительностью с конкретными коммуникативными ситуациями.

Ведущая роль в иерархическом диапазоне принадлежит комплексу, который включает организационную, конвенциональную и конфликтную стратегии. Второе место занимает сочетание риторической и манипуляционной коммуникативных стратегий, в то время как компенсационная коммуникативная стратегия, которая обеспечивает формирование эмоционального настроя и контроль над инициативой в сфере англоязычной деловой коммуникации, может использоваться в изолированном виде.

В результате проведенного исследования было установлено, что современная парадигма коммуникативных стратегий, которыми характеризуется англоязычный учебный видеодискурс делового назначения, отличается иерархической структурой и содержательными параметрами, которые опираются на национально-культурные поведенческие схемы и комплексы вербальных и невербальных индикаторов речевого поведения в сфере делового общения.

Важно подчеркнуть, что в рамках комбинации организационной и конфликтной стратегий в учебном деловом видеодискурсе обнаружены косвенные просьбы, уговоры и убеждения, в то время как партнеры по бизнесу стараются избегать прямых просьб и приказов. Предпочтение отдается смягчающим прямолинейность речевым конструкциям и пояснениям.

Полученные данные о специфике англоязычного учебного делового видеодискурса могут найти применение в практике составления учебно-методических комплексов, предназначенных для широкого круга лиц, изучающих деловой английский язык, а также в курсах стилистики современного английского языка и разработке учебных пособий, ориентированных на обучение англоязычной деловой коммуникации.

## Библиографический список

1. Астафурова Т.Н. Стратегии коммуникативного поведения в профессионально-значимых ситуациях межкультурного общения (лингвистический и дидактический аспекты): автореф. дисс. ... докт. филол. наук. – М., 1997. – 41 с.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы. – Л., 1992.
3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – Изд. 2-е. – М.: Едиториал УРСС, 2002. –284 с.
4. Колгунова М.В. Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет. – М.: «Экономическая Библиографический список», 2002. – 288 с.
5. Харьковская А.А. Коммуникативные стратегии в современном межкультурном пространстве // Когнитивные аспекты изучения языковых явлений в германских языках: Межвузовский сборник научных статей / Под ред. А.А. Харьковской. – Самара, 2000. – С. 81-90.
6. Харьковская А.А., Дюмина О.В. Лингводидактические аспекты английских учебных материалов по обучению деловой коммуникации // Наука и культура России. – 2016. – Т. 1. – С. 286-290.
7. Харьковская А.А., Черкунова М.В. Дискурсивная парадигма современных учебных пособий по английскому языку как иностранному (на материале англоязычных аннотаций учебной и научной литературы) // Язык и культура в России: состояние и эволюционные процессы. – Самара, 2007. – С. 191-198.
8. Vedeneva Y.V., Kharkovskaya A.A., Malakhova V.L. Minitexts of poetic titles as markers of the English cognitive paradigm // Training Language and Culture. – 2018. – Vol. 2. – Issue 2. – P. 27-42.
9. Kharkovskaya A.A., Ponomarenko E.V., Radyuk A.V. Minitexts in modern educational discourse: functions and trends // Training language and culture. – 2017. – vol. 1, issue 1. – P. 66-83.

## **COMMUNICATION STRATEGIES IN BUSINESS ENGLISH EDUCATION VIDEO-DISOURSE: ON MINITEXTS**

***Abstract.** The practical value of the research is that the findings can be used in developing specific ways and means of studying business English and in expanding the didactic capacity of educational video materials. Systematization of communication strategies in business communication, as well as recording causes of typical communicative failures, can serve as a preventive tool for typical errors in the process of mastering English for business communication.*

***Key words:** educational business discourse, English-speaking video, communication strategies.*

УДК 811.111

**О.Н. Исаева**  
Самарский национальный исследовательский  
университет имени академика С.П. Королёва  
onis.77@mail.ru

## **РОЛЬ И МЕСТО ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ МАЛОГО ФОРМАТА В ОРГАНИЗАЦИИ ПРАВОВЕДЧЕСКОГО ДИСКУРСА**

***Аннотация.** В работе дается системное описание текстов малого формата по правоведческой проблематике в терминах дискурс-анализа. Автор анализирует базовые структурные и семантические характеристики малоформатных текстов по гражданскому правоведению, а также в концептосфере «Гражданское право» выделяются ключевые концепты.*

***Ключевые слова:** дискурс-анализ, малоформатный текст, прецедент, концептосфера, гражданское право.*