

речевых актов, а именно 46 %, составляют директивы (подкласса инъюнктивов). Этому есть вполне логическое объяснение, ведь цель методического руководства – оказать влияние на менеджеров, побудить их к действиям, вселить уверенность. Следующий класс примеров составили квеситивы – 31 %, данный вид речевых актов также довольно часто встречается в корпоративном языке менеджера. Ведь верно подобранный вопрос играет огромную роль в установлении связи с потенциальным клиентом, а в лучшем случае приведет к совершению сделки. Наименьшее число примеров составили констативы – 23 %. Промисивы (предложения-обещания) и менасивы (предложения-угрозы) нами не были обнаружены.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Богданов, В. В.* Классификация речевых актов / В. В. Богданов // Личностные аспекты языкового общения: межвуз. сб. науч. тр. – Калинин, 1989. – С.25–37.
2. *Валявина, Д. В.* К определению понятия «Корпоративная языковая культура» / Д. В. Валявина // Современные исследования социальных проблем. – 2017. – Т. 9. – № 33. – С. 133–137.
3. *Медведева, Л. М.* О типах речевых актов / Л. М. Медведева // Человек и речевая деятельность. Вестн. Харьк. ун-та. – 1989. – Вып. 339. – С.42–46.
4. Методическое руководство для менеджеров компании Телетрейд.
5. *Остин, Дж.* Слово как действие / Дж. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 22–131.
6. *Почепцов, Г. Г.* Предложение / Г. Г. Почепцов // Теоретическая грамматика современного английского языка / В. П. Иванова, В. В. Бурлакова, Г. Г. Почепцов. – М. : Высш. шк., 1981. – С. 164–281.
7. *Почепцов, О. Г.* Основы прагматического описания предложения / О.Г. Почепцов. – Киев : Вища шк., 1986. – 116 с.
8. *Серль, Дж. Р.* Классификация иллокутивных актов / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С.170–195.

The article is devoted to the theoretical questions connected with the notion of corporate language culture as an important aspect of business world. Also we consider an issue of intention regarded as the main communication factor, and the typologies of speech acts formulated by J. Ostin, J. Searle and G.G. Pocheptsov. After detailed examination we determine that G. G. Pocheptsov's typology of speech acts is more appropriate for the analysis of the study material considering speech acts in the corporate language of Teletrade company.

Д. Ю. Матиевская (Минск, МГЛУ)

ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНО-ДИДАКТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

В статье рассматривается проблема классификации дискурса, связываемая с многогранностью феномена «дискурс» и возможностью его изучения с точки зрения прагмалингвистики, психолингвистики, структурной лингвистики и т.д. Для характеристики дискурса детской телепередачи предлагается типология В.И. Карасика, который выделяет персональный и институциональный дискурс и предлагает следующую схему описания институционального дискурса: типовые участники, хронотоп, цели, ценности, стратегии, жанры, прецедентные тексты и дискурсивные формулы.

Дискурс детских телепередач параллельно реализует две цели: привлечь внимание детской аудитории и развлечь ее, а также социализировать нового члена общества и адаптировать его к существующим реалиям в обществе. Это позволит применить термин «развлекательно-дидактический дискурс» по отношению к детской телепередаче.

Сегодня классификации дискурсов, предлагаемые исследователями, представляющими разные области знания и их направления, являются достаточно неоднородными. Это объясняется разносторонностью феномена «дискурс» и возможностью его изучения с различных позиций, например, с точки зрения прагмалингвистики, психолингвистики, лингвокультурологии, структурной лингвистики, лингвостилистики, социоллингвистики. Такие ученые, как Н. Д. Арутюнова, Т. А. ван Дейк, Ю. С. Степанов, В. В. Красных классифицируют дискурс по национальному признаку, выделяя, например, русский, английский, французский дискурс, который затем подразделяется на научный, педагогический, политический и т.д. Определенный английский дискурс (например, массово-информационный) является не самостоятельным типом дискурса, а разновидностью данного дискурса, приспособленной к сфере своего функционирования [1].

В. И. Карасик отмечает противопоставление личностно-ориентированного (персонального) и статусно-ориентированного (институционального) дискурса, при этом личностно-ориентированное общение содержит в себе разновидности статусно-ориентированного общения. В данной классификации персональный дискурс представлен бытовым и бытийным дискурсом, где общение происходит между знакомыми людьми с целью поддержания контакта, решения обиходных проблем. В отличие от персонального, институциональный дискурс – общение в рамках статусно-ролевых отношений, речевое взаимодействие представителей социальных групп или институтов друг с другом [2, с. 245]; специализированная разновидность общения людей, которые могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума [3].

Чтобы определить тип институционального дискурса, нужно учитывать статусно-ролевые характеристики участников общения, цель общения, прототипное место общения. В применении к современному обществу лингвисты выделяют такие виды институционального дискурса: политический, дипломатический, административный, юридический, военный, педагогический, религиозный, спортивный, научный, сценический, медицинский, деловой, рекламный и массово-информационный [5, с. 10]. Таким образом, существует множество вариантов классификации дискурсов: на основании интенции говорящего, его языковой личности, потребностей, статусно-ролевых отношений адресанта и адресата и т.д [3].

Для характеристики дискурса детской телепередачи в данной статье мы воспользуемся типологией В. И. Карасика, который выделяет институциональный дискурс и предлагает следующую схему его описания: типовые участники, хронотоп, цели, ценности, стратегии, жанры, прецедентные тексты и дискурсивные формулы [2, с. 189]. Данная схема позволяет рассмотреть каждый вид дискурса в отдельности, в нашем случае – дискурс детской телепередачи.

Медиадискурс оказывает большое влияние на формирование концептуальной картины мира детей, подверженных вербальному и невербальному воздействию современных СМИ. Так в рамках детских телепрограмм, которые стали предметом данного исследования, решается ряд дидактических задач: нравственное, умственное, физическое и трудовое воспитание детей, формируются ценностные установки. Важнейшей характеристикой деятельности таких программ является то, что познавательный потенциал в полной мере достигается в развлекательно-дидактической форме.

Типовыми участниками детской телепередачи выступают ведущий, куклы-персонажи и зрители. Автор дискурса (ведущий), оказывая планируемое воздействие на адресата (кукла-персонаж, зритель), исполняет некоторую конвенциональную роль, будучи носителем социального, возрастного или другого статуса, например, учитель, взрослый. Следовательно, адресант, автор дискурса – это тот, кто владеет определенными знаниями в рамках определенной ситуации (в силу своего возраста, статуса или опыта), и тот, кто умеет донести их до адресата дидактически правильно. Адресат (зритель) – это получатель информации, тот, кому предназначено высказывание, то есть больше объект, а не субъект общения. В то же время аудитория может вступить в диалог с автором, откликнуться или не откликнуться эмоциональной или вербальной реакцией. Например, во время действия телепередачи данный диалог происходит между автором-ведущим и куклами-персонажами, которые, взаимодействуя таким образом, вступают в субъект-субъектные отношения. Хотя нельзя отрицать возникновения подобных реакций-ответов со стороны зрителя, стремящегося любым образом выразить свое отношение к проблеме, затронутой в ходе передачи.

Дискурс детских телепередач параллельно реализует две цели: привлечь внимание детской аудитории и развлечь ее, а также социализировать нового члена общества и адаптировать его к существующим реалиям в обществе [2, с. 304; 4, с. 127].

В ходе анализа белорусских и американских телепередач для детей были выявлены следующие основные компоненты семантической структуры, составляющие прототипическую суперструктуру: приветствие, введение в проблемную ситуацию, разрешение проблемной ситуации, подведение итогов, прощание. Достаточно частотным также представляется компонент «мини-урок», в рамках которого ведущий рассказывает куклам-персонажам и зрителям что-то новое [6, с. 27].

В основе английских и белорусских детских телепрограмм лежит проблемная ситуация, в процессе решения которой происходит вербализация новой информации и реализуется познавательный потенциал. Набор проблемных ситуаций достаточно разнообразен: связанные с поведением при оказании первой помощи; раскрывающие понятия героизма, характера, дружбы, самостоятельности, правила безопасности и этикета; естественно-научные вопросы (возникновение снега, смена пор года и т.д.). В ряде передач, посвященных конкретной дате или празднику, рассматриваются вопросы,

связанные с подготовкой, празднованием и значением данного события для общества в целом (например, выбор подарка, праздничные традиции). Познавательные сюжеты таких программ построены на основе национальных традиций, социальных ценностных установок с учетом особенностей менталитета.

За разрешением проблемной ситуации следует рефлексия, формирующая отношение к проблеме или межличностные отношения в определенной ситуации. В белорусских телепрограммах для детей проблема разрешается в ситуативном аспекте, герои передачи разыгрывают ситуацию и на ее примере пытаются проиллюстрировать свое отношение к ней и предложить способы ее решения. В американских телепрограммах проблема разрешается с помощью вопросно-ответных комплексов, комичных сюжетов, детских комментариев.

Стратегия привлечения внимания в американских телепередачах реализуется путем смены обстановки, видеороликов, эмотивной составляющей (упор на визуальный ряд). В белорусских программах управление вниманием аудитории осуществляется с помощью вербальных манипуляций. Анализ языкового наполнения показывает, что речь ведущих и сказочных героев детских телепередач отличается эмоциональностью и образностью. Наиболее популярными стилистическими языковыми средствами в белорусских программах являются: повторы (*Зусім-зусім несучасная! Не-не-не!; Ну, колькі чакаць, ну, колькі чакаць!*), эллипсис (*Тады глядзім; Во выдуману! Нават такую лёгкую, а без запінкі ніяк!*), параллелизмы (*Сонейка запрашаем, зіму выправаджваем, вясну сустракаем; Дык, можа, гэта ты ўсе нашы цацкі забраў: і маю падзорную трубу? І маю любімую цацачку?*), риторические вопросы (*Чаму нельга ўсё за сабой прыбраць?*), инверсия (*Ты на мяне спадзявайся, бо я ў шпакоўнях вялікі спецыяліст!*), сравнения (*Буслік, які ты сімпатычненькі, быццам кацяня!*). Синтаксис характеризуется простотой конструкций, многообразием вопросительных предложений и избытком восклицаний. По мнению исследователей, данная особенность детского дискурса объясняется стремлением коммуникантов поддержать контакт, придать динамику, создать непринужденную тональность общения. В то же время вопросы коммуниканта, обращенные к самому себе, имитируют свойственную детям привычку «думать вслух» [7, с. 335]. В белорусскоязычных программах чаще используются одобрительные слова (*добра, малайчына* и др.), разнообразные обращения к зрителям (*друза, сябар, дзетачкі-кветачкі, маленькія* и др.). Таким образом, можно сделать вывод, что структура, языковое наполнение детских телепередач, обладающие набором специфических характеристик, отличают их от подобных программ, направленных на взрослую аудиторию.

Поскольку перед СМИ постоянно стоит вопрос привлечения и удержания внимания аудитории, идет поиск новых жанров, форматов. В связи с этим неудивительно, что детская телепередача, являясь разновидностью развлекательно-дидактического дискурса, сочетает в себе характеристики развлекательного и дидактического дискурса.

Термин *развлекательно-дидактический* впервые употребляется в статье А. В. Архангельской «Развлекательно-дидактические жанры в русской литературе XVIII века (сказка, басня, эпиграмма, фацеция)» для описания группы литературных жанров, характеризующихся дидактизмом и нравоучительностью, в которых осуждаются или, наоборот, восхваляются определенные моральные качества, в аллегорической форме выраженные в персонажах (чаще всего животных) или раскрывающиеся в действии произведения. Произведения данного жанра имеют схожую структуру: экспозиция; действие; кульминация; «перелом»; мораль-концовка [8]. В развлекательной манере басня и сказка выполняют цель социализации и воспитания читателя, предлагая ему поучительный сюжет. Тем самым, будучи вовлеченным в проблемную ситуацию, читатель усваивает необходимые знания через познавательный опыт персонажей.

Данные характеристики, по нашему мнению, позволяют нам применить данный термин по отношению к детской телепередаче и дискурсу в целом. Таким образом, развлекательно-дидактический дискурс – это совокупность тематически и функционально обусловленных текстов, адресованных детской аудитории, которые параллельно с развлекательной функцией несут значительный дидактический потенциал, и направленных на воздействие на духовную, социальную и эмоциональную стороны зрителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Красных, В. В.* Виртуальная реальность или реальная виртуальность? Человек. Сознание. Коммуникация / В. В. Красных. – М. : Диалог : МГУ, 1998. – 352 с.
2. *Карасик, В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
3. *Салихов, А. Ю.* Типология дискурса. Дискурс ток-шоу [Электронный ресурс] / А. Ю. Салихов // *Lingua mobilis*. – 2014. – № 5 (51). – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-diskursa-diskurs-tok-shou>. – Дата доступа : 20.04.2018.
4. *Чернова, С. В.* Развлекательный дискурс: понятие и основные характеристики / С. В. Чернова // *Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире: материалы IX Междунар. науч.-практ. конф.*, Волгоград, 6 февр. 2015 г. / Росс. акад. народного хозяйства и гос. службы при Президенте РФ; редкол.: И. С. Бессарабова [и др.]. – Волгоград, 2015. – С. 126–128.
5. *Карасик, В. И.* О типах дискурса / В. И. Карасик // *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр.* / редкол.: В. И. Карасик [и др.]. – Волгоград, 2000. – С. 5–20.
6. *Шевцова, А. К.* Суперструктура детских телепередач в сопоставительном аспекте / А. К. Шевцова // *Теоретические и практические предпосылки подготовки полилингвальных специалистов в вузе: материалы III Междунар. научн.-практ. онлайн-семинара (вебинара)*, Могилев, 31 марта 2017 г. – Могилев : МГУ им. А. А. Кулешова, 2017. – С. 26–29.
7. *Черкасова, Д. И.* Английская детская телепередача: композиция, риторические и языковые особенности / Д. И. Черкасова // *Преподаватель XXI века. Филол. науки*. – 2012. – № 3. – С. 333–336.

8. *Архангельская, А. В.* Развлекательно-дидактические жанры в русской литературе XVIII века (сказка, басня, эпиграмма, фацеция) [Электронный ресурс] / А. В. Архангельская // Проблемы изучения русской литературы XVIII века: межвуз. сб. науч. тр. – 2005. – Вып. 11. – Режим доступа : https://istina.msu.ru/media/publications/articles/14a/019/1258034/Razvlekatelno-didakticheskie_zhanryi_v_russkoj_literature_XVIII_veka.pdf. – Дата доступа : 20.10.2017.

The article deals with the peculiarities of TV programs for children as a type of entertainment and didactic discourse and gives the characteristics of these programs according to the scheme suggested by V. I. Karasik applying to an institutional discourse. It shows the features of interaction between the participants and its purpose. The definition of the term “entertainment and didactic discourse” is given as a result.

В. В. Одинец-Степанова (*Минск, БГЭУ*)

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ЛОГОСА, ПАФОСА И ЭТОСА В ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ М. Л. КИНГА «I HAVE A DREAM»

В статье рассмотрены риторические стратегии логоса, пафоса и этоса в публичной речи М. Л. Кинга «I Have A Dream». Выделяются основные средства реализации коммуникативных стратегий логоса (повторы ключевых слов и анафоры), этоса (апелляции к ценностям и убеждениям аудитории и самопрезентация) и пафоса (эмоционально окрашенная лексика и метафоры).

Задача исследования состоит в выявлении и описании коммуникативных стратегий *логоса*, *пафоса* и *этоса*. Будем считать, что к коммуникативным стратегиям л о г о с а относятся те речевые действия, которые связаны с факто-логическим наполнением речи, общей структурой публичного выступления, выбором и формулировкой темы, развитием темы и смысловых линий, или так называемых топосов, формулировкой аргумента (аргумент от определения, аргумент сравнения, аргумент причины и следствия, аргумент оценки и аргумент предложения) [1].

Под коммуникативными стратегиями э т о с а мы подразумеваем стратегии, основанные на факторе адресата и адресат-ориентированном коммуникативном коде, который строится на ценностях и убеждениях аудитории. Кроме того, говорящий должен создать и закрепить свой позитивный образ в глазах слушателей, именно поэтому языковые средства, которые используются с целью позитивной самопрезентации, с одной стороны, и критика и дискредитация мнения оппонентов – с другой, также можно причислить к коммуникативным стратегиям этоса.

К коммуникативным стратегиям п а ф о с а мы отнесем комплекс языковых средств, направленных на привлечение и удержание внимания аудитории и построенных на эмоциональном призыве. Это лексические и стилистические маркеры, включающие в себя различные вербальные техники: стилистические средства экспрессивности (метафоры, юмор), языковые способы привлечения внимания, уместный выбор лексики и стилистической окраски речи [2].