

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(СПбГУ)

Выпускная квалификационная работа аспиранта на тему:

*ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ – ВОСТОЧНИКОВ АНГЛОЯЗЫЧНОМУ  
ДЕЛОВОМУ ДИСКУРСУ*

Образовательная программа «Теория и методика обучения иностранным  
языкам»

(специальность научных работников 13.00.02 «Теория и методика обучения и  
воспитания»)

Автор:

В.В. Дацюк

Научный руководитель:

доктор педагогических наук, доцент,  
Л.П. Тарнаева

Рецензент:

Кандидат педагогических наук, доцент

А.В. Гетманская

Санкт-Петербург

2016

<b>СОДЕРЖАНИЕ</b>		
<b>Введение</b>		<b>4</b>
<b>Глава I. Теоретические вопросы обучения студентов - восточников англоязычному деловому дискурсу</b>		<b>9</b>
<b>1.1.</b>	<b>Межкультурная деловая коммуникация</b>	<b>9</b>
<b>1.2.</b>	<b>Понятие дискурса</b>	<b>24</b>
<b>1.3.</b>	<b>Коммуникативные стратегии англоязычного делового дискурса.</b>	<b>33</b>
<b>1.4.</b>	<b>Особенности аргументативных стратегий делового дискурса</b>	<b>47</b>
<b>Выводы по главе I</b>		<b>64</b>
<b>Глава II. Формирование аргументативной компетенции в сфере делового дискурса у студентов – восточников</b>		<b>65</b>
<b>2.1.</b>	<b>Понятие англоязычной аргументативной компетенции в сфере делового дискурса</b>	<b>66</b>
<b>2.2.</b>	<b>Структура англоязычной аргументативной компетенции в сфере делового дискурса</b>	<b>70</b>
<b>2.3.</b>	<b>Основные принципы и критерии отбора учебного материала для формирования аргументативной компетенции у студентов – восточников</b>	<b>73</b>
<b>Выводы по главе II</b>		<b>75</b>
<b>Заключение</b>		<b>76</b>
<b>Библиография</b>		<b>78</b>

## Введение

В настоящее время российский бизнес все интенсивнее интегрируется в мировую экономику. Число международных компаний в России постоянно увеличивается, а российские предприятия и фирмы нуждаются в сотрудниках, владеющих иностранными языками и способными осуществлять профессиональное деловое общение на иностранном языке, соответственно, возрастает необходимость в подготовке специалистов, владеющих навыками иноязычной коммуникации.

Широкое распространение и развитие получили экономическая, управленческая, коммерческая области профессиональной деятельности, что обуславливает необходимость овладения будущими специалистами – востоковедами навыками профессиональной культуры как значимым компонентом профессиональной межкультурной коммуникации.

Необходимо подчеркнуть, что международное деловое общение предусматривает необходимость понимания и учета особенностей характера и отличительных черт поведения и менталитета представителей стран Юго-Восточной Азии, этически ориентированных на ценности конфуцианства и буддизма, что в свою очередь, обуславливает необходимость подготовки специалистов, владеющих навыками коммуникации с представителями стран данного региона.

Согласно мнению многих специалистов, в условиях глобализации экономики английский язык становится важным информационным средством, которое помогает объективно оценивать ситуацию в мировой экономике, выработать стратегию повышения эффективности экономики для предприятия, поскольку является языком международного общения. А.Ю. Богомолова обращает внимание на то, что иностранный язык, в частности английский, является неотъемлемым компонентом профессиональной подготовки современного специалиста любого профиля [Богомолова 2006]. И.А. Иванова подчеркивает, что деловой английский язык, являясь языком международной деловой коммуникации, обслуживает

официальные и чрезвычайно важные области человеческих взаимоотношений: между государственной властью и населением, между странами, предприятиями, организациями, учреждениями, личностью и обществом. В современной ситуации на рынке труда, когда образуются совместные предприятия с зарубежными партнерами и открываются филиалы крупных зарубежных компаний, владение деловым английским языком становится одним из факторов, дающих приоритет при поступлении на работу [Иванова 2009]. Н.Э. Кузнецова и Т.В. Мякишева отмечают, что в основе корпоративной культуры, а значит, и ее внутренних и внешних проявлений, лежат коммуникации [Кузнецова, Мякишева 2014:3]. В свою очередь качество коммуникации, по мнению И.А. Ивановой, определяется уровнем владения языком, на котором проводится общение [Иванова 2009]. Данный фактор позволяет констатировать, что владение деловым английским языком сегодня является одним из критериев профессиональной компетентности специалиста.

В повседневной профессиональной деятельности специалистам-востоковедам, специализирующимся в области экономики стран азиатско-тихоокеанского региона, английский язык необходим для изучения теории и практики внешнеэкономической деятельности; для ведения деловой переписки, ведения документации и осуществления межкультурной коммуникации, расширения кругозора, сближения культур разных народов, ведения финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами, использования любых источников информации на иностранном языке для практической деятельности, связанной с общением с иностранными инвесторами по поводу привлечения средств в проекты своей организации.

Все вышеуказанное обуславливает актуальность настоящего исследования.

**Объектом** нашего исследования является процесс обучения англоязычному деловому дискурсу студентов восточного факультета.

**Предметом** нашего исследования является модель формирования англоязычной компетенции в сфере делового дискурса у студентов восточного факультета.

**Цель работы** заключается в создании теоретически обоснованной модели аргументативной компетенции в сфере англоязычного делового дискурса у студентов – восточников.

Теоретической основой исследования явились следующие фундаментальные концепции, теории, исследования:

- теории формирования иноязычной межкультурной коммуникативной компетенции специалистов (Г.А. Баева, И.Л. Бим, П.Я. Гальперин, П.Б. Гурвич, В.В. Давыдов, В.П. Зинченко, И.А. Зимняя, Р.К. Миньяр- Белоручев, Г.В. Рогова, А.Н. Соколов, С.Л. Рубинштейн, С.Г. Тер-Минасова, И.И. Халеева, Г.И. Щукина, Э. Стоунс, Н.Н. Stern, L. Edward, V. Hamilton, и др.);

- концепции аргументации (А.П. Алексеев, Н.Д. Арутюнова, А.Н. Баранов, Е.Н. Белова, Л.Г. Васильев, Е.М. Вольф, И.А. Герасимова, К.В. Гудкова, А.А. Ивин, В.И. Кириллов, Е.Б. Кузина, В.В. Ощепкова, Х. Перельман, Н.Ю. Фанян, И.В. Хоменко, Л.И. Чахоян, В.И. Чуешова, S. Toulmin, Van Eemeren, R. Grootendorst, H. Johnstone, Ch. H. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca, Э. Уэстон и др.);

- лингвистические теории (К.Я. Авербух, А.А. Акишина, Н.Д. Арутюнова, О.С. Ахманова, А.Г. Баранов, М.М. Бахтин, Р.Т. Белл, В.П. Белянин, Э. Бенвенист, В.В. Богданов, Н.Н. Болдырев, В.Т. Борботько, Т.А. ван Дейк, А. Вежбицка, Т.Г. Винокур, С. Гайда, Б.М. Гаспаров, С.И. Гиндин, В.И. Голод, В.Е. Гольдин, С.В. Гринёв, Гудкова 2009, В.П. Даниленко, В.В. Дементьев, Т.М. Дридзе, В.В. Зеленская, П.В. Зернецкий, Г.А. Золотова, О.С. Иссерс, О.М. Казарцева, Е.С. Кубрякова, З.Д. Попова, И.А. Стернин, Л.И. Чахоян и др.);

- исследования в области теории упражнений (А.А. Миролюбов, Е.И. Пассов, С.И. Петрова, И.В. Рахманов, Г.И. Рожкова, В.С. Цетлин, Л.В. Щерба и др.).

Цель данной работы обусловила необходимость решения ряда исследовательских задач:

- 1) уточнить понятие делового дискурса ;
- 2) выделить наиболее частотные коммуникативные стратегии и тактики англоязычного делового дискурса, подлежащие овладению студентами – востоковедами;
- 3) разработать структуру коммуникативной компетенции в сфере англоязычного делового дискурса;
- 4) выделить критерии отбора учебного материала для формирования коммуникативной компетенции в сфере англоязычного делового дискурса у студентов – восточников;

Для решения данных задач был использован ряд взаимодополняющих друг друга **методов исследования:**

- анализ философской, педагогической и методической литературы; сравнительно-дидактический анализ российских и зарубежных концепций обучения деловому дискурсу; обобщение и систематизация полученных материалов;
- анализ и обобщение педагогического опыта преподавателей, работающих в системе обучения иностранному языку на восточном факультете;
- осмысление собственного опыта работы в качестве преподавателя.

**Научная новизна** исследования состоит в том, что:

- 1) разработана структура коммуникативной компетенции в сфере англоязычного делового дискурса с учетом особенностей менталитета и коммуникативного поведения носителей культур азиатско – тихоокеанского региона;

2) описаны стратегии и тактики, подлежащие овладению студентами восточного факультета;

3) выделены критерии отбора учебного материала для формирования коммуникативной компетенции в сфере англоязычного делового дискурса у студентов – восточников.

**Теоретическая значимость** заключается в том, что:

- исследованы особенности влияния лингвокультуры на процесс ведения деловой коммуникации;

- выявлены особенности использования стратегий англоязычного делового дискурса с учетом специфики лингвокультур азиатско- тихоокеанского региона в процессе деловой коммуникации;

- уточнены понятия «стратегия аргументации», «тактика аргументации», «аргументативная речь»;

**Практическая значимость** Материалы диссертационного исследования могут быть использованы в курсе «Методика обучения коммуникативным стратегиям англоязычного делового дискурса» а также для разработки методик обучения стратегиям на других иностранных языках.

**Апробация** работы проходила на конференциях «Магия ИННО: новое в исследовании языка и методов его преподавания» МГИМО Москва (2015 г.), «Герценовские чтения» РГПУ им. Герцена (2016 г.), XLV Международная филологическая научная конференция СПбГУ (2016 г.), Перевод. Язык, Культура-2016 ЛГУ им. А. С. Пушкина (2016 г.), на аспирантском семинаре кафедры иностранных языков и лингводидактики в Санкт-Петербургском государственном университете (2015 г.), и на заседаниях кафедры иностранных языков и лингводидактики (2015 г., 2016 г.); основные положения работы отражены в шести публикациях.

**Объем и структура** работы. Исследование общим объемом 94 страницы состоит из введения, двух глав, заключения. Работа содержит библиографический список из 201 наименования.

# ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ВОСТОЧНИКОВ АНГЛОЯЗЫЧНОМУ ДЕЛОВОМУ ДИСКУРСУ

## 1.1. Межкультурная деловая коммуникация

В исследовании проблем современных международных коммуникаций особое внимание уделяется анализу межкультурного взаимодействия государств и народов, их роли в формировании современного мирового порядка. В данной связи, исследователи межкультурного общения выделяют такую категорию описания коммуникативного поведения как коммуникативный стандарт, который представляет собой некоторую усредненную модель коммуникативного поведения, отражающую основные нормы и традиции общения культурно и цивилизационно близких народов и этнических групп, выступающую как основание сравнения при изучении коммуникативного поведения какого-либо народа или группы народов. Можно говорить, в частности, о восточном стандарте (японо-китайско-корейское коммуникативное поведение) [Стернин 2003]. Внимание к проблеме определяется тем, что сегодня теория международных отношений рассматривает цивилизационный фактор как фундаментальный по сравнению с экономическими интересами и идеологическими противоречиями. Естественным становится обращение к содержанию и формам международного сотрудничества в области культуры, науки, образования и бизнеса [Фокин 2003:125].

Для того, чтобы найти правильный способ поведения, смягчающий трения и недоразумения, возникающие во время общения, необходимо сосредоточить свое внимание на четырех центральных аспектах азиатской психологии, выделенных Ричардом Льюисом: учтивость – высокие стандарты вежливости в обществе и в деловых отношениях; уважение к людям, старшим по рангу и по возрасту, смирение и мягкость; терпеливость – специфическое отношение ко времени и к тому, как им распоряжаться; гармоничность – обходительность, стремление достичь консенсуса,



"сохранив свое лицо"; прагматизм – тип поведения, предполагающий практичность, ориентацию на деловой успех [Льюис 2001].

При межнациональном общении в случае отсутствия языкового понимания на первый план могут выходить средства невербального общения. Совокупность которых также представляет собой определенный язык. Специалисты считают, что, общаясь с человеком, мы более половины информации получаем посредством неречевых знаковых систем. Функции невербальной коммуникации включают в себя: дополнение и замещение речевого высказывания; регуляция межличностных отношений; репрезентация эмоциональных состояний; обмен ритуалами.

Существуют также факторы, оказывающие влияние на невербальный язык: национальная принадлежность (одни и те же жесты у разных народов могут иметь различные значения); профессия человека (слабое рукопожатие не всегда проявление слабости: может быть, профессия требует беречь пальцы); уровень культуры, который влияет на систему жестов, представление об этикете, правильном воспитании; статус человека (чем выше стоит он по иерархической лестнице, тем меньше жестов использует, больше оперируя словами; жесты становятся более утонченными); принадлежность к группе (групповые традиции, нормы, правила могут существенно модифицировать пантомимику члена группы)[Козьяков 2012].

Как и любой язык, невербальный язык у каждого народа свой. Например: большинство арабов, латиноамериканцев и представителей народов Южной Европы касаются друг друга в процессе общения, в то время как это не характерно для народов Восточной Азии и практически исключено для индийцев и пакистанцев. У тех, кто исповедует ислам, левая рука считается нечистой, и собеседнику можно нанести оскорбление, если протянуть деньги или подарок левой рукой. У мусульманских народов считается недозволительным при беседе, сидя на стуле, забрасывать ногу на ногу, поскольку ногам также приписывается нечистая сила.

Обычай, существующий у многих арабских народов, располагаться во время разговора намного ближе к собеседнику, в том числе и к женщине, чем

это принято у европейцев и американцев, способен вызвать недоумение представителей других культур.

Специфической чертой китайского стиля общения является улыбка. Китайцы улыбаются, когда испытывают чувство радости, неловкости, вины, и даже тогда, когда сообщают трагическую весть, что особенно шокирует европейцев. В китайской культуре улыбка является одним из проявлений уважения к собеседнику, в то время как в русской культуре улыбка является показателем хорошего расположения к конкретному человеку, при обсуждении серьезных вопросов улыбка считается не уместной [Стернин 2002: 39].

Постукиванием двумя пальцами по столу китайцы выражают благодарность за предложенную еду. По древней легенде Китая, постукивание пальцами символически изображает земные поклоны в адрес императора Цяньлуна. Для европейца такой жест может выражать нетерпение. Постучать указательным пальцем у виска в китайской культуре – это призыв подумать, в то время как в русской культуре этот жест является пренебрежительным и выражает сомнения в умственной полноценности собеседника [Седельникова 2015: 1772].

Показать пальцем на человека в Китае не считается не приличным. Счет на пальцах представители китайской культуры начинают с разгибания большого пальца, в то время как представители российской культуры начинают с загибания мизинца. Частое движение ладони, повернутой вниз по направлению к себе означает призыв, для представителя российской культуры такое движение рукой больше напоминает жест прощания маленького ребенка. Поскребывание указательным пальцем по щеке в Китае – это выражение стыда. Удар ладонями по бедрам является выражением досады. Если представитель китайской культуры демонстрирует мизинец, то это знак того, что «дело плохо» [Стернин 2002:36-38].

В большинстве европейских культур взгляд направленный на собеседника является проявлением уважения. В китайской культуре, напротив, уважительное отношение проявляется в том, что на собеседника не

смотрят. Подмигивание для представителей китайской культуры является проявлением фривольности, распушенности и не имеет значения шутки как у европейцев.

Особенное значение для китайской культуры имеет рукопожатие. Длительность рукопожатия выражает степень уважения к человеку в китайской культуре, в то время как в русской культуре длительное рукопожатие не принято. Легким рукопожатием в Китае обмениваются близкие люди, более твердым не совсем близкие люди, легким рукопожатием двумя руками обмениваются деловые люди [Вейцзинь 2002: 41-42]. В китайской культуре считается уместным рукопожатие через порог. Женщины, в русской культурной среде, обычно протягивают четыре пальца для рукопожатия. Представительницы китайской культуры используют силовое рукопожатие. Необходимо также учитывать, что при ведении беседы, в Китае не принято дотрагиваться до представителя противоположного пола.

Благодарность в китайской культуре может выражаться только посредством жестов без использования словесного сопровождения, в то время как в русской культуре словесное сопровождение обязательно. Жестами благодарности в официальной обстановке в Китае могут быть поклон при котором руки прижаты к груди или обнимание кулака левой руки правой ладонью. Жестом поздравления являются сложенные ладони рук. Жест «кунфу» – держа руки перед грудью, кулаком левой ударить в раскрытую ладонь правой, показывает уважение к собеседнику; жест «черепашка» – ладонь правой руки накладывается на ладонь левой, большие пальцы при этом отведены в сторону выражают пожелания счастья или долголетия, но в другом случае намекают на обманутого мужа [Седельникова 2015: 1771-1774]

Дистанция при ведении разговора у представителей китайской культуры больше, чем у представителей европейской культуры при этом нормальной позой для сидящего мужчины являются широко разведенные в коленях ноги, для женщины – ноги, сомкнутые в коленях.

Не маловажное значение при общении с представителями китайской культуры имеет социальный символизм. Например, четное количество цветов, парные предметы являются хорошим символом и уместным подарком. В частности, в Китае, уместно дарить носовые платки, что в русской культуре считается плохой приметой. Пожилым людям не принято дарить часы, т.к. в китайском языке слово часы совпадает со словом последний, а дарить со словом провожать. Подарок в китайской культуре принято оставлять незаметно, в то время как в русской культуре подарки принято вручать сразу же в момент приветствия [Стернин 2002: 40].

Цвет траура в Китае – белый, соответственно, живому человеку нельзя дарить белые цветы. Цветом удачи в Китае считается красный. Счастливыми числами считаются 2, 4, 6. 7 считается магическим числом, а число 13 – несчастливым.

Невербальное поведение как бы прогнозирует вербальную информацию. Предшествование жестов словам объясняется иногда тем, что говорящему выбрать нужный жест легче, чем слово, поскольку лексических единиц гораздо больше. Психологические эксперименты показали, что некоторые жесты связаны с трудностями порождения речи. Отсюда был сделан вывод о том, что жесты являются своего рода программированием лексики в речи, они помогают предвосхищать еще невысказанную мысль [Конецкая 1997].

Интерпретация смысла сообщения опирается на имплицитное представление коммуникантов друг о друге (их чувствах, мнениях, установках, ценностных ориентациях – фоновых знаниях). Эти представления формируются под влиянием социопсихокультурного (широкого) контекста коммуникативного акта. К значимым компонентам широкого контекста относят большое количество разнопорядковых параметров: а) фоновые знания, мнения, ценностные ориентиры; б) интерпретацию интенций; в) планы и цели; г) социальный контекст; д) физический контекст, е) личностные характеристики коммуникантов: точку зрения, эмоциональное состояние, степень понимания сообщения, стиль

сообщения [Krauss & Fussell, 1995: 54]. Как отмечает Т.Н. Астафурова, хороший коммуникант должен уметь определить роль и статус общающихся и учиться строить свое сообщение, учитывая межкультурные особенности общения, ориентируясь на конкретного человека, используя специфические языковые средства [Астафурова, 1997: 56].

В Китае, как подчеркивает С. Франк, в очень большой степени смысл сказанного зависит от контекста, так как прямая конфронтация в этой культуре считается неприличной. Здесь фраза «согласен» скорее всего будет означать 15%-ное согласие, «мы могли бы» может трактоваться как «ни за что», а «мы рассмотрим» - «мы-то да, а тот, кто принимает решения – нет». Поэтому для понимания истинного смысла сказанного очень важно понимать контекст разговора и статус говорящего [Франк 2008:71]. Высококонтекстные культуры характеризуются значительным различием между иерархическими уровнями и низким уровнем индивидуализма. В высококонтекстных культурах требуется значительное время до начала деловой части взаимоотношений, так как необходимо лучше узнать будущего партнера по совместному бизнесу [Кадышева 2006]. Например: для китайца поговорка «время – деньги» не имеет смысла. Время – это время, а деньги – это деньги. Во время встречи китайские участники переговоров очень внимательны к формированию «духа дружбы». «Дух дружбы» они отождествляют с хорошими личными отношениями партнёров. В Китае придают важное значение наложению неформальных отношений с зарубежными партнёрами. Партнера могут спросить о возрасте, семейном положении, детях – это проявление искреннего интереса. Партнера по бизнесу могут радушно пригласить в гости или в ресторан на обед [Артамонова, Васютинский, Краснопевцева 2003:135-136].

В корейской культуре представляет интерес культурно- специфический концепт «косэнь», что означает тяготы, трудности, лишения. Корейцы с подозрением относятся к тем, кто всегда и всем доволен, имеет много свободного времени. Даже очень успешный человек, по мнению

исследователя корейской культуры О. В. Кирьянова, должен иметь свой «косэнь». Для корейца, сам по себе факт старания важнее результата. Таким образом, постоянные жалобы корейцев на тяготы жизни – это не просто «нытье», а способ формирования уважения к себе [Кирьянов 2010: 29].

Характерные черты, присущие носителям стран АТР, такие как приверженность традициям, коллективизм, стремление к гармонии, высокая степень иерархической дистанцированности, вежливость, уважение к старшим и тд. проявляются в межкультурном деловом общении.

Межкультурная деловая коммуникация – это сложный процесс установления, поддержания и развития контакта между людьми разных национальностей в профессиональной сфере. Участники данного процесса ориентированы на достижение цели. Межкультурная деловая коммуникация включает передачу, обмен деловой или профессиональной информацией между деловыми партнерами с учетом вербальных и невербальных форм.

Процесс коммуникации людей различных лингвокультурных общностей приводит к взаимовлиянию и взаимопроникновению культур членов социумов. Межкультурная деловая коммуникация требует понимания стереотипов поведения, содержащихся в национальных традициях и их восприятии. Деловая культура состоит из традиционных образов мышления, поведения, правил этикета, экономической деятельности [Малюга 2013:12].

Американский антрополог Э. Холл сравнивает деловые культуры в зависимости от их отношения к контексту, под которым понимает информацию, окружающую и сопровождающую событие, т.е. то, что вплетено в значимость происходящего. Большая часть информации при высококонтекстуальном общении уже известна человеку, и лишь незначительная ее часть представлена в словах. Низкоконтекстуальное общение представляет собой прямую противоположность: большая часть информации передается знаковым кодом.

К высококонтекстуальным культурам относятся, например, культура Японии, Китая, Кореи, Саудовской Аравии. Для представителей высококонтекстуальных культур многое сказано и определено неязыковым

контекстом: иерархией, статусом, внешним видом офиса, его расположением и размещением. Например, одни из наиболее высококонтекстуальных по своей природе китайцы не станут вести переговоры с представителем другой фирмы, если он занимает недостаточно высокое положение в ее иерархической структуре, как бы высокопрофессионален он ни был. Вся необходимая дополнительная информация уже заложена в сознание людей, и без знания этой скрытой информации интерпретация сообщения будет неполной или неверной, поэтому в языках высококонтекстуальных культур используется очень много намеков, подтекста.

Низкоконтекстуальные культуры, характерные для скандинавских стран, Германии, Канады, США, менее однородны, в них межличностные контакты строго разграничены, поэтому, как считает Э. Холл, всякий раз, когда люди вступают в общение, им необходима подробная информация обо всем происходящем. При этом большинство информации содержится в словах, а не в контексте общения; люди часто выражают свои желания словесно, не предполагая, что это будет понятно из ситуации общения. В подобных обществах наибольшее значение придается речи, а также обсуждению деталей: ничто не остается неназванным и недоговоренным. Для представителей этой группы очень важны письменные контракты, договоры, документы.

Э. Холл приводит сравнение двух крайних степеней высоко- и низкоконтекстуальных культур.

Высококонтекстуальные культуры (Восток) отличает: невыраженная, скрытая манера речи, многозначительные и многочисленные паузы; серьезное значение придается невербальному общению. Для представителей данного типа культур избыточность информации является излишней, они не любят напрямую выяснять отношения и обсуждать проблемы, открытое выражение недовольства неприемлемо ни при каких условиях, соответственно, конфликт воспринимается как разрушительное начало.

Низкоконтекстуальные культуры отличает: прямая и выразительная манера речи, недоверие к молчанию; невербальное общение имеет меньшее

значение все должно быть выражено словами, и всему должна быть дана ясная оценка, недосказанность ассоциируется с недостаточной информированностью говорящего. Конфликт рассматривается как созидательное начало, так как обсуждение выявленных проблем и трудностей помогает принять правильное решение.

Высококонтекстуальные культуры чаще всего являются коллективистскими. При этом большое значение придается личным взаимоотношениям и устным договоренностям. Низкоконтекстуальные культуры отличаются индивидуализмом, их представители меньше ценят личные взаимоотношения, а больше письменные договоренности [Холл 1990].

Исследователи выделяют также такой тип культуры как «слушающая культура». Данный тип включает в себя элементы как культуры с «высоким» контекстом, так и культуры с «низким» контекстом, но она также привносит свои черты. Для данной культуры характерно стремление во всем достичь гармонии, поэтому она, как и высококонтекстуальная культура, также ориентирована на диалог и также структурирована, как и низкоконтекстуальная культура, для которой характерна четкость и ясность, дабы избежать недомолвок, хотя для «слушающей» культуры в этом плане приоритетным является все же такой исход дела, при котором все останутся довольны. Представителями данного типа культуры являются Япония, Китай.

Дж. Хофстеде также были проведены исследования в 66 странах мира. Они позволили ему выделить несколько основополагающих аспектов, определяющих стиль и особенности ведения бизнеса представителями разных культур. Результатом исследований стала модель сравнительного анализа бизнес-культур, основанная на четырех вариативных характеристиках.

1. Индекс индивидуализма/коллективизма. Этот показатель описывает степень интеграции личности в коллективе, группе. [Hofstede 1980]. Такие страны как Сингапур, Гонконг, Корея и Тайвань благодаря влиянию восточной философии склонны рассматривать успех как результат



коллективных усилий в противоположность американцам, которые считают, что должна побеждать личность. Система принятия решений комитетом или группой на основе консенсуса широко распространена в азиатских странах, так как эти культуры и распространенные там религии основаны на коллективизме и гармонии, одновременно являясь обществами с высоким уровнем иерархической дистанции. Для представителей азиатских культур приятие обществом, то есть окружающими, семьей и соседями, является преобладающей целью бизнеса [Льюис 2001: 388]. В частности, коллективизм традиционен и для Китая. Его корни кроются в аграрном прошлом экономики, и он был усилен учением Конфуция; коллективизм не является продуктом коммунизма, хотя коммунистический режим нашел его для себя полезным. Китайцы принадлежат к четырем основным группам, «пленниками» каждой из которых они в той или иной степени становятся: рабочей ячейке, семье, школе и общине [Льюис 2001: 375].

2. Степень иерархической дистанцированности, отражающая ориентацию на власть и авторитет. Иерархическая дистанция — это дистанция между членами общества, находящимися на разных ступенях иерархии. [Hofstede 1980]. В странах АТР, понимание ранга и статуса клиента или делового партнера играет гораздо более важную роль, чем в европейских культурах [Кадышева 2006: 63].

3. Степень избегания неопределенности, характеризующая уровень готовности к риску, т.е. степень избегания риска или стремления к нему. [Hofstede 1980]. Индекс отражает терпимость членов общества к неопределенности ситуации. Несмотря на то, что в Азии очень сильно развито соперничество между различными регионами, люди, населяющие эту огромную территорию, несомненно, обладают общими чертами поведения, которые, несмотря на свои относительные различия в каждом азиатском государстве, резко отличают народы, их населяющие, от американцев и большинства европейцев. Ни одна страна в этом регионе не избежала влияния конфуцианства и буддизма — двух вероисповеданий, которые

автоматически накладывают отпечаток на стиль жизни своих последователей. Таким образом, на первое место в деловых отношениях выходят такие характеристики как скромность, терпимость, сыновняя почтительность, учтивость, бережливость, терпение, уважение к старикам, искренность, преданность, привязанность к семье, почитание традиций, надежность, стоицизм, упорство, самопожертвование, доброта, умеренность, патриотизм, аскетизм, прилежание, гармония во всем, неприятие коррупции, ученость, уважение иерархии, великодушие, живучесть, добросовестность, чувство долга, чувство собственного достоинства ("не терять собственного лица"), непритязательность, дружелюбие, признательность за услуги, беспристрастность, непорочность, мягкость, мудрость [Льюис 2001]. Все вышеуказанные качества, присущие представителям Азиатских стран, делают их менее стрессоустойчивыми по сравнению с представителями западных стран [Кадышева 2006].

4. Мужской или женский стиль деловых взаимоотношений. Мужской (жесткий) или женский (мягкий) тип поведения. Преобладание и поощрение среди членов общества состязательности, требовательности, стремления к достижениям, предпринимательству относят к мужскому типу поведения. Общества с высоким индексом (по мужскому типу) характеризуются также стремлением к наживе и накоплению денег, отсутствием заботы об окружающих. В противоположность этому в странах с преобладающим поведением по женскому типу преобладающими ценностями являются скромность и альтруизм, равноправие полов, упор на служение людям. В странах с мужским типом ценится работа, позволяющая быть признанным, сделать карьеру, в странах с женским типом – работа в приятном коллективе, взаимопомощь [Hofstede 1980]. К последнему типу исследователи также относят страны Тихоокеанского региона [Кадышева 2006]. Исследователи подчеркивают, что духовные ценности и принципы ценятся там выше денег и сиюминутной выгоды. Так, например, почтительность в Китае всегда включает в себя смирение и самоуничижение. Склонность к умалению

собственных достоинств характерна для любого хорошего азиата, но у китайцев эта черта может доходить до абсурда. Желательно приноровиться к такому поведению, стараясь быть хорошим слушателем, проявляя уважение к собеседнику и сдержанность в ответных репликах, никогда не упоминая о своих впечатляющих деловых или академических титулах и стараясь становиться в заднем ряду, когда кто-нибудь фотографирует встречу. При деловом общении в азиатской среде наименее желателен способ прямого обращения по общедоступному телефону. Общество в странах Азии и Тихоокеанского региона - традиционно и личные контакты ценятся в нем особо [Артамонова 2003, Франк 2008, Осецкая 2004, Льюис 2001].

Р. Льюис выделяет следующие типы культур: моноактивные – культуры, в которых принято планировать свою жизнь, составлять расписания, организовывать деятельность в определенной последовательности, заниматься только одним делом в данный момент времени. Типичные представители – немцы, швейцарцы, американцы; полиактивные – подвижные, общительные, привыкшие делать много дел сразу, планирующие очередность дел не по расписанию, а по степени относительной привлекательности, значимости того или иного дела в данный момент времени. Типичные представители – итальянцы, латиноамериканцы, арабы; реактивные – культуры, придающие наибольшее значение вежливости и уважению, предпочитающие молча и спокойно слушать собеседника, осторожно реагируя на его предложения. Типичные представители – китайцы, японцы, финны [Льюис 2001].

Тромпенаарс различает организационные культуры по особенностям национальных культурных предпочтений руководителей и работников организации. Для выделения типов организационной культуры Ф. Тромпенаарс сравнивает их по двум параметрам: равенство – иерархия; ориентация на личность – ориентация на задачу. Это позволило ему выделить четыре типа корпоративных культур, которые различаются тем, как

в них принято думать, учиться, изменяться; как в них стимулируется мотивация и разрешаются конфликты, как и за что принято награждать.

«Семья» – тип организационной культуры; характерен для стран, в которых индустриализация проходила достаточно поздно и где сохранились многие феодальные традиции, в частности для Греции, Японии, Италии, Сингапура, Южной Кореи, Испании. Такая культура ориентирована на власть, где руководитель считается заботливым отцом, который опекает подчиненных и лучше, чем подчиненные, знает, что следует делать и что принесет наибольшую пользу.

«Эйфелева башня» – тип культуры, характеризующийся бюрократическим разделением труда, контроль за которым осуществляется на верхушке иерархии. При культуре этого типа руководитель – случайный человек, выполняющий определенную роль. Обучение в ней означает приобретение навыков, необходимых для соответствия своей роли, с тем, чтобы в дальнейшем получить возможность продвижения по служебной лестнице. В этом случае карьера базируется на профессионализме. При этом к человеческим ресурсам относятся как к капиталу или денежным ресурсам. Данная структура свойственна немецким, австрийским, австралийским компаниям.

«Управляемая ракета» – тип эгалитарной, обезличенной и ориентированной на задачу организационной культуры: все должно быть сделано, чтобы достичь цели. Члены команды или проектной группы делают все от них зависящее для выполнения поставленной задачи, хотя то, что они должны сделать, не конкретизировано и определяется только в процессе работы. Все члены группы занимают равные позиции. По мере выполнения задания, когда в какой-то момент группе требуется помощь и знания кого-то из экспертов, именно он берет на себя руководство. Этот тип культуры опирается на профессионалов. Окончательным критерием человеческой ценности является качество индивидуального труда и степень преданности общему делу. Такая культура присуща британским, американским, европейским компаниям.

«Инкубатор» – тип организационной культуры, в основе которого заложена идея о том, что организация вторична по отношению к индивидуальным достижениям человека и ей следует играть роль инкубатора, обеспечивающего условия для самовыражения и самосовершенствования человека, освобождения его от рутины, создания условий для творческой деятельности. Эта культура почти лишена иерархичности. В компаниях с такой культурой силен дух соревновательности. Типичным примером организации с типом культуры «инкубатор» являются фирмы в Силиконовой Долине в Калифорнии, где индивидуализм считается одной из национальных ценностей [Trompenaars 1994 ЭР].

Как отмечается в научных источниках, большинство культур представляют собой некий синтез между монохроническим и полихроническим восприятием. Некоторые, подобно японцам, соблюдают назначенное время с монохронической точностью, но переключаются на полихронический тип, как только начинается встреча и дело касается отношений между людьми или решения задач. Западные бизнесмены часто настаивают на быстром принятии решения. Этого, как правило, невозможно добиться. Если они попробуют установить свой лимит времени, азиаты вежливо откажутся [Артамонова 2003, Франк 2008].

Таким образом, исследователи традиционно выделяют такие отличительные черты делового сообщества восточно-азиатского социума как иерархичность, церемониальность, почтительность по отношению к старшим. Представители Азиатско-Тихоокеанского региона практикуют непрямой стиль общения из опасений невольно обидеть собеседника, нарушить принцип гармонии, принцип «гуанкси» (принцип выстраивания дружеских отношений с партнером), принцип «сохранения лица». Исследователи отмечают, что принцип «сохранения лица» оказывает огромное влияние как вербальное, так и на невербальное поведение представителей азиатских культур [Doing business ...:11-12]. Страх «потери лица» определяет сдержанность и уравновешенность коммуниканта,

являющегося представителем азиатского социума. В азиатском невербальном стиле общения отсутствуют жесты, обладающие повышенной экспрессией. Представители социума юго-восточной Азии приучены контролировать свои эмоции и даже в моменты большой психологической напряжённости они могут управлять своим эмоциональным состоянием, умеют сохранять самообладание, не терять чувства собственного достоинства и не создавать для других возможные ситуации «потери лица». Непосредственное проявление чувств считается недопустимым [Азнабаева 2013]. Важные деловые решения никогда не принимаются представителями азиатского бизнеса в одиночку, что является характерной чертой коллективистских культур. Например: в традиционном китайском обществе нет точного слова, которое передавало бы адекватно смысл понятия «личность», которое широко распространено в западных культурах. Этим объясняется доминанта понятий «компромисс» и «уступчивость» в стиле китайского коммуникативного поведения. Взаимоотношения в китайском обществе основываются на осознании того, что человек существует только как часть семьи или клана, что требует от индивида уважения к общественной иерархии. Необходимость проявления почтительности к старшим ориентирует китайцев на подчинение власти и подавление агрессии. Национальная идея гармонии воспитывает у представителей китайской культуры умение достигать равновесия путём контролирования эмоциональных состояний.

Корейцы, как и другие азиатские партнеры, относятся к работе над договором иначе, чем на Западе. При европейском подходе стороны вместе изучают каждый пункт проекта контракта, закрепляют обоюдные уступки различными соглашениями, протоколами о намерениях и прочими документами и таким образом, шаг за шагом сближая свои позиции, движутся к заключению основного соглашения. Корейский подход предполагает рассмотрение всей переговорной документации как единого целого. Уступки принято делать не по отдельным пунктам во время обсуждения договора, а намного позже, после рассмотрения всей или

большой части контракта. Корейские менеджеры – стойкие переговорщики, кроме того, они ведут себя очень темпераментно и эмоционально. Именно этим они отличаются от своих коллег среди других народов Азии. Бизнесмены Кореи ожидают и от партнеров непоколебимости, подобной их собственной. Они очень ценят профессионализм в ведении переговоров [Франк 2008: 78-79].

Все вышеизложенное, позволяет сделать вывод о том, что при обучении англоязычному деловому дискурсу студентов – восточников необходимо ориентироваться на специфику деловой культуры представителей стран Азиатско –Тихоокеанского региона, причем необходимо обращать внимание на то, что коммуникативное поведение состоит из вербальных и невербальных компонентов.

## **1.2. Понятие дискурса**

Структура коммуникаций представляет интерес с древнейших времен. Согласно теории коммуникации Г. Маклуэна, которую исследователь разработал в 50-х годах 20 века, развитие коммуникативных средств начиная от появления письменности и до применения современных аудиовизуальных и компьютерных средств коммуникации определяет развитие общества. Еще Аристотелем было указано, что речь складывается из трех элементов: из самого оратора, из предмета о котором он говорит и из лица, к которому он обращается [Аристотель 1986]. В 30-е годы XIX века В. Гумбольдт обратил внимание на деятельностный характер языка: "Язык есть не продукт деятельности (*ergon*), а деятельность (*energeia*)...В подлинном и действительном смысле под языком можно понимать только всю совокупность актов речевой деятельности" [Гумбольдт 2000: 70]. Вслед за В. фон Гумбольдтом, деятельностный характер языка подчеркивал и отечественный лингвист А.А. Потебня: "Язык есть средство не выражать уже готовую мысль, а создавать ее... он не отражение сложившегося мирозерцания, а слагающая его деятельность" [Потебня 1989:17].

В середине XX века эти положения получили новое развитие в теории речевой деятельности, в основе которой лежит трактовка речи как определенного вида деятельности (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, А.А. Леонтьев). Л. Витгенштейн в своей работе «Философские исследования» пишет о том, что речь напрямую связана с мышлением, а мышление концептуально не мыслимо вне коммуникации. Значение, согласно Л. Витгенштейну есть употребление согласно правилу, а правилу невозможно следовать в одиночку [Витгенштейн 2011: 168-169]. В середине 20 века ученые начинают разрабатывать модели коммуникации. Долгое время была популярна линейная модель коммуникации Г.Лассуэлла, представляющая собой последовательность контроля над содержанием распространяемого воздействия, осуществляемого с помощью линейной смены коммуникативных актов. В формуле Г. Лассуэлла выражен бихевиористский подход к коммуникации как прямому воздействию сообщений коммуникатора на реципиента, который выступает лишь в качестве объекта, реагирующего на воспринимаемую информацию. Впоследствии распространение получает модель К. Шеннона – У. Уивера. В моделях этого вида коммуникация представлена как взаимодействие, т. е. в них подчеркивается взаимное воздействие субъектов коммуникации друг на друга, ответная реакция и обратная связь. Интеракционистская модель Т. Ньюкомба дала начало развитию моделей, в которых учтены внешние по отношению к самому процессу коммуникации условия. Субъекты коммуникации здесь равноправны и связаны как взаимными ожиданиями и установками, так и общим интересом к предмету общения. Коммуникация рассматривается как реализация этого интереса с помощью передаваемых сообщений. Эффекты коммуникации состоят в сближении или отдалении точки зрения коммуникатора и реципиента на общий предмет, что, в свою очередь, означает расширение или сужение их возможностей взаимопонимания и сотрудничества. Такой взгляд на коммуникацию ставил в центр внимания



достижение согласия между субъектами коммуникация, установление равновесия в системе взаимных установок [Мелик-Гайказян 2011].

Во второй половине 20 века немецкий социолог Николас Луман разработал аутопоетическую коммуникационную модель. В его понимании аутопоетическая система – это система, отличающаяся оперативной закрытостью, а каждое коммуникативное событие закрывает и открывает систему. Если психическая система (на пример: личность) самоорганизует себя, т.е. приходит к самопониманию посредством сознания, то социальная система (общество) согласно Н. Луману осуществляет процесс посредством коммуникации. Именно в следствие интегрирования информации социальная система приобретает свои специфические свойства: самоограничение, т.е. к различению самой себя и окружающей среды, самовоспроизводства, самоорганизации, самореференции (самопредставления). Таким образом, любая коммуникация включает в себя источник сообщения, само сообщение, способ его передачи и получателя.

В настоящее время, особенный интерес для исследователей представляет изучение механизмов человеческой коммуникации и вербальной интеракции. В частности, в целом ряде гуманитарных дисциплин отмечается глубокий интерес к исследованию дискурса. Такой интерес вызван тем, что теория дискурса позволяет, как отметил Т.А. ван Дейк, глубже понять механизмы человеческой коммуникации и вербальной интеракции [Dijk 1985:4].

Согласно англоамериканской лингвистической традиции, под дискурсом понимается связная речь (connected speech), при этом дискурс отождествляется с диалогом. Дискурсивный анализ направлен прежде всего на устную коммуникацию, на интерактивное взаимодействие говорящего и слушающего. Анализ дискурса включает в исследование стратегию и интенцию говорящих, изучение ментальных процессов: этнографические, психологические и социокультурные правила и стратегии порождения и понимания речи. Дискурсивный анализ направлен прежде всего на устную коммуникацию, на интерактивное взаимодействие говорящего и

слушающего. В 1952 году в статье "Discourse Analysis" Э. Хэррис ввел понятие дискурс-анализа как метода изучения движения информации в дискурсе. Во Франции анализ дискурса как самостоятельное направление возник еще в 60-е гг. XX в. и изначально развивался как интегративное учение, соединяющие исторические, философские, психоаналитические и в последнюю очередь лингвистические представления о дискурсе [Чернявская 2009 :136].

Особая концепция дискурса развивается с середины 70-х гг. в работах французского историка, социолога и лингвиста Мишеля Фуко, который использует это понятие *discours* при обозначении общественно-исторически сложившихся систем человеческого знания. Основные идеи учёного представлены в его книге «Археология знания». Дискурс, по Фуко, выступает как часть «дискурсивной практики» – совокупного множества разнообразных сфер человеческого познания. Это – «совокупность анонимных, исторических, детерминированных всегда временем и пространством правил, которые в данной эпохе и для данного социального, экономического, географического или языкового окружения определили условия воздействия высказывания» [Foucault 1983].

Фуко подчеркивает, что дискурс представляет собой не только совокупность знаков, используемых для обозначения предметов и явлений, но означает нечто большее, что подлежит собственно дискурсивному анализу. Дискурсивная структура определяет организацию самих тем, отбор релевантных понятий и речевых высказываний и выбор коммуникативных стратегий их связи между собой. "Власть дискурса" проявляет себя в том, что он охватывает все возможности для появления определенных высказываний или действий. Дискурсивная практика, таким образом, включает в себя как речевые, так и неречевые действия и, следовательно, обладает возможностью управления и направления высказываний [Чернявская 2009]. По мнению многих исследователей, принцип анализа дискурсивной формации как когнитивного единства через определение правил, условий и возможностей

их возникновение содержит с очевидностью огромный эвристический потенциал, обеспечивающий возможность соединения этой теории с приоритетными направлениями когнитивной и коммуникативной лингвистики.

Наряду с М. Фуко, дискурсивный анализ во Франции связывается с трудами Л. Альтюссера, Ж. Лакана, М. Пеше и П. Серю. Основной составляющей анализа дискурса у этих исследователей стала наука об идеологии. [Квадратура смысла 1999: 20-21]. Тексты или высказывания рассматриваются как продукты «идеологической и психической практики». Анализ дискурса во французской школе представлял собой анализ текстов, произведенных в институциональных рамках, наделенных исторической, социальной, интеллектуальной направленностью. Идеи М. Фуко стали предпосылкой для последующих разработок в этом направлении. Они были заимствованы немецкими учеными, такими как У. Маас, Ю. Линк, Ю. Хабермас, Д. Буссе, Ф. Херманнс, В. Тойберт, Г. Штётцель и др. исследующими область дискурсивного анализа. Концепция дискурса в их трудах связана, прежде всего, с анализом литературных текстов. В этом же направлении работает также М. Юнг, который применяет так называемый «корпусно-ориентированный» дискурс-анализ [Ширяева 2008:51].

Таким образом многие ученые характеризуют дискурсы как особые языковые формации, которые соотносятся с той или иной областью общественной практики, человеческого познания и коммуникации. В работах, посвященных исследованию категории дискурса, практически всегда поднимается вопрос о соотношении понятий дискурса и текста. Данная проблема представляет немаловажный интерес в лингводидактическом плане, поскольку ракурс ее рассмотрения обуславливает построение образовательных моделей в тех или иных целях обучения, в частности, играет важную роль в решении задач отбора учебно-речевого материала для обучению дискурса [Тарнаева 2011].

В научной среде существует два уровня понимания дискурса. Первая точка зрения состоит в том, что дискурс обозначает конкретное

коммуникативное событие, фиксируемое в письменных текстах и устной речи, осуществляемое в определённом, когнитивно - и типологически обусловленном коммуникативном пространстве. С этой точки зрения дискурсивный анализ сконцентрирован на степени и характере влияния экстралингвистического фона – социальных институтов, культурных, идеологических и прочих факторов на формирование тех или иных языковых закономерностей. В таком понимании дискурс как лингвистическая категория не дублирует и не подменяет понятия текст. Дискурс обозначает коммуникативный и ментальный процесс, приводящий к образованию некой формальной конструкции – текста [Чернявская 2009: 144].

Ван Дейк рассматривает дискурс как стратегический процесс, который имеет динамическую природу и который определяется различными уровнями организации коммуникативного контекста, целями и представлениями отдельных индивидов. Исследователь подчеркивает, что люди используют дискурс для того, чтобы обозначать что-либо или указывать на что-либо, для передачи представлений о людях, предметах, об их свойствах и отношениях, о событиях или действиях или об их сложном переплетении, что именуется ситуацией. Дискурс включает в себя множество миров, времен, местоположений, контекстуальных характеристик, так же как самих говорящих и ту информацию, которой они располагают [Дейк 2002: 68-69].

Е.С. Кубрякова и О.В. Александрова подчеркивают, что дискурс может рассматриваться как форма использования языка в реальном времени, которая отражает тип социальной активности человека и является частью процесса коммуникации, характеризуемого участниками, условиями и целями [Кубрякова, Александрова 1997: 19].

В частности, исследователь Р. Водак, выделяет существенную роль контекста дискурса в определении содержания, функций и структуры высказывания [Водак 1994: 290].

Существует также и вторая точка зрения, согласно которой под дискурсом понимается совокупность тематически соотнесённых текстов: тексты, объединяемые в дискурс, обращены, так или иначе, к одной общей

теме. Содержание дискурса раскрывается не одним отдельным текстом, но интертекстуально, в комплексном взаимодействии многих отдельных текстов. С такой точки зрения, дискурс представляет собой комплексную взаимосвязь многих текстов, функционирующих в пределах одной и той же коммуникативной сферы [Чернявская 2009: 143].

Под дискурсом исследователь У. Маас понимает корпус текстов, связь между которыми устанавливается на основании содержательных критериев: тексты одного дискурса обращены к одному предмету, теме, концепту, связаны друг с другом семантическими отношениями и выступают в общей системе высказываний, объединенных в коммуникативном и функционально-целевом отношении. Дискурс как совокупность тематически общих текстов характеризуется не их синхронностью во времени, т.е. не количественным составом текстового корпуса, но интенционально – когда они могут восприниматься и идентифицироваться как языковой коррелят определенной социокультурной, политической и идеологической практики [Ерофеева, Кудлаева 2003:31].

Н. Д. Арутюнова определяет дискурс следующим образом: дискурс является связным текстом в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами. Исследователь полагает, что дискурс – это текст, взятый в понятийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и когнитивных процессах [Арутюнова 1990: 136-137].

В.Г. Борботько подчеркивает, что дискурс представляет собой текст, но такой, который состоит из коммуникативных единиц языка – предложений и их объединений в более крупные единства, находящиеся в непрерывной смысловой связи, что позволяет воспринимать его как цельное образование. Однако исследователь отмечает, что текст как языковой материал не всегда представляет собой связную речь, т.е. дискурс. Текст является более общим понятием, чем дискурс. Дискурс всегда является текстом, но текст не всегда

является дискурсом. Дискурс является частным случаем текста [Борботько 1998].

С позиций коммуникативной лингвистики соотношение дискурса и текста рассматривается с позиции структурных компонентов речевой коммуникации. Так Ю.Е. Прохоров исходит из того, что любая коммуникация имеет три составляющих: действительность, которая представляет собой совокупность материальных условий бытия, в которых осуществляется коммуникация, текст, являющейся совокупностью правил лингвистической и экстралингвистической организации содержания коммуникации и дискурс, который представляется совокупностью вербальных форм для организации и оформления содержания коммуникации [Прохоров 2006:11-12]. Таким образом, текст и дискурс встраиваются наряду с ситуацией реальной действительности в единую систему – процесс коммуникации.

Достаточно подробно взаимоотношения текста и дискурса изложены А. Ю. Поповым. Исследователь противопоставляет спонтанность дискурса упорядоченному по форме изложения тексту; динамичность дискурса - статичности текста; нацеленность дискурса на появление реакции собеседника - закрытой коммуникативной текстовой системе; ограниченность дискурса во времени - произвольному выбору длины текста автором; ориентированность дискурса на живую аудиторию, текста - на аудиторию абстрактную; неограниченность дискурса в плане выбора вербальных и невербальных средств по сравнению с текстом; принадлежность конкретной ситуации протекания дискурса - неизвестной ситуации восприятия текста [Попов 2001: 130-137].

Таким образом, текст и дискурс не противопоставляются, а рассматриваются как равноценные категории: устный и письменный дискурс, каждый из которых имеет подтипы с определенными атрибутивными признаками.

Анализ рассмотренных выше точек зрения позволяет принять в настоящем исследовании позицию, высказанную Л.П. Тарнаевой: соотношение дискурса и текста понимается как совокупность

процессуальных и результирующих составляющих коммуникативной деятельности. Дискурс рассматривается как речемыслительная деятельность, в процессе которой происходит непрерывная обработка поступающего извне в сознание индивида информационного потока. Результатом данной речемыслительной деятельности является порождение связных высказываний, объединяющихся в процессе общения в когерентное целое – микро- или макротекст [Тарнаева 2011: 106].

Многие ученые характеризуют дискурсы как особые языковые формации, коррелирующие с той или иной областью общественной практики, человеческого познания и коммуникации. При этом отдельные социально-исторически сложившиеся сферы человеческого познания и коммуникации рассматриваются в качестве специальных дискурсов.

В соответствии с типологией дискурса в терминах речевой коммуникации выделяются два основных типа: личностно-ориентированный (персональный) и статусно-ориентированный (институциональный) дискурс. Институциональный дискурс характеризуется наличием иерархии социальных отношений, направленностью реальных речевых потоков на решение отдельных социальных проблем и влиянием на социальную интеракцию людей, акцентом на интенциональность самого речевого потока и его моделирование под прямым воздействием этого фактора [Тарнаева 2011:107]. Важно отметить, что любой дискурс строится на основе коммуникативных стратегий, которые могут вариативно использоваться в зависимости от конкретной ситуации общения.

### **1.3. Коммуникативные стратегии англоязычного делового дискурса.**

Конститутивные признаки институционального дискурса согласно мнению многих ученых таких как В.И. Карасик, Т. ван Дейк, И.П. Сусов, Е.С. Кубрякова, А.Д. Самойлова, включают участников, условия, организацию, способы и материал общения, т.е. людей и их роли в зависимости от статуса и ситуации коммуникации, сферу общения и коммуникативную среду, мотивы,

цели, стратегии, канал, режим, тональность, стиль и жанр общения и, наконец, знаки, с помощью которых общение происходит, т.е. тексты и невербальные знаки. Признаки институциональности фиксируют ролевые характеристики участников институтов, типичные хронотопы, символические действия, трафаретные жанры и речевые клише [Карасик 2000:11-20]. Институциональное общение представляет собой коммуникацию, осуществляемую при помощи определенных клише. Именно наличие клише принципиально отличает институциональный дискурс от персонального. Специфика институционального дискурса раскрывается в его типе, т.е. в типе общественного института, который в коллективном языковом сознании обобщен в ключевом концепте этого института (политический дискурс - власть, педагогический - обучение, религиозный - вера, юридический - закон, медицинский - здоровье и т.д.). Институциональный дискурс связывается с определенными функциями людей, общественными ритуалами и поведенческими стереотипами, а также текстами, производимыми в этом социальном образовании [Дубских 2014:132].

Так по мнению Л.П. Тарнаевой при рассмотрении характеристик институционального дискурса, необходимо принимать во внимание, что данный тип дискурса представляет собой сочетание статусно-ритуальных и персональных компонентов с варьируемой степенью ритуальности [Тарнаева 2011: 108].

Одним из видов институционального дискурса является деловой дискурс, функционирующий в межкультурном деловом общении, которое в настоящем исследовании понимается как статусно-ориентированное взаимодействие людей или групп людей в области бизнес-коммуникаций. Бизнес-коммуникации включают большое разнообразие деловых сфер, соответственно характерной особенностью дискурса делового общения является его многофункциональность, проявляющаяся в том, что он реализуется в разнообразных ситуациях делового общения, в которые вовлечены различные стороны деловой жизни общества такие как экономика,



сфера юридических услуг, разработка новых технологий, производство, педагогические процессы, область медицинских услуг, взаимодействие с общественно-политическими организациями и т.д.. Л.П. Тарнаева подчеркивает, что на этом основании можно утверждать, что дискурс делового общения включает в себя элементы практически всех других видов институционального дискурса [Тарнаева 2011:111].

Согласно Т. ван Дейку любая стратегия – это глобальная ментальная репрезентация средств, служащих для достижения целей. Она управляет всяким выбором, осуществляется в коммуникативном процессе между имеющимися в наличии альтернативами. Если имеется несколько вариантов, стратегии детерминируют окончательный выбор [Dijk 1983: 65]. Таким образом, представляет интерес рассмотрение коммуникативных стратегий, на основе которых строится институциональный деловой дискурс.

Коммуникативная стратегия трактуется различными исследователями как «тип поведения, который обусловлен и соотносится с планом достижения глобальной и локальных коммуникативных целей в рамках типового сценария функционально-семантической репрезентации интерактивного типа» [Романов 1988: 103]; «общий замысел конкретной цели общения» [Формановская, 2007:111]; «глобальный уровень осознания ситуации общения в целом, когнитивный процесс, в котором говорящий соотносит свою коммуникативную цель с конкретным языковым выражением» [Гойхман, Надеина, 2006: 200].

Существуют различные классификации коммуникативных стратегий, в том числе, применяемых в деловом дискурсе. В основном данные классификации сводятся к разделению на две основные группы: стратегии связанные с оказанием воздействия на адресата – манипулятивные стратегии, а также стратегии, направленные на управление ситуацией через взаимодействие коммуникантов – аргументативные стратегии. Непосредственная данность коммуникативных партнеров в ситуации лицом-к-лицу конституирует специфическую интенциональность подобных ситуаций – ориентацию на партнера как целостную личность [Григорьева

2007: 37-38]. Исследователи подчеркивают, что понимание чужого действия может происходить на множестве уровней. Коммуникативный партнер не должен и даже не в состоянии постичь всего многообразия мотивов другого в горизонте собственного опыта, т. к. абсолютно адекватное понимание потребовало бы полной идентичности их систем биографически обусловленных субъективных значений. Поэтому для коммуникативных целей достаточно редукции действия коммуникативного партнера к типичным субъективным мотивам, т. е. их отнесение (референцию) к типичным ситуациям, типичным целям и типичным средствам [Григорьева 2007: 42].

В научной литературе под коммуникативной стратегией понимается также совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели. Представление о способе объединения этих теоретических ходов в единое целое (коммуникативную стратегию) исследователи называют коммуникативной интенцией, которая и есть движущая сила коммуникативной стратегии [Клюев 1998: 11]. Используя коммуникативную компетенцию, говорящий ставит перед собой коммуникативную цель (определяя или не определяя коммуникативную перспективу) и, следуя определенной коммуникативной интенции, вырабатывает коммуникативную стратегию, которая преобразуется в коммуникативную тактику как совокупность коммуникативных намерений (коммуникативных задач), пополняя коммуникативный опыт говорящего [Клюев 1998: 12].

Задача описания речевых стратегий в конечном итоге заключается в том, чтобы представить номенклатуру реализующих их типовых тактик и речевых актов. Стратегия общения реализуется в речевых тактиках, являющихся речевыми приемами, позволяющими достичь поставленных целей в конкретной ситуации. Коммуникативная тактика, в противовес стратегии, как общей канве коммуникативного поведения, рассматривается

как совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия. Коммуникативная тактика – более мелкий масштаб рассмотрения коммуникативного процесса, по сравнению с коммуникативной стратегией. Она соотносится не с коммуникативной целью, а с набором отдельных коммуникативных намерений.

По мнению О. С. Иссерс, описание интенций, лежащих в основе стратегии, «достаточно проблематично, если не иллюзорно» [Иссерс, 2006: 138].

С этой точки зрения наиболее релевантной для моделирования коммуникативных единиц общения нам представляется такая структура как акт речевого взаимодействия (в терминологии Л. Л. Федоровой) [Федорова 1991: 66]. При этом принципиальное значение имеет выделение его структурной единицы – тактического хода, который подобно коммуникативному ходу (в терминологии А. А. Романова, М. Л. Макарова) представляет собой вербальное и невербальное действие одного из участников, «минимальный значимый элемент», «продвигающий общение к достижению общей коммуникативной цели» [Макаров 2003: 183], но при этом тактический ход направлен на реализацию конкретной речевой тактики как интерактивного фрейма.

Тактику возможно выделить с помощью «индикаторов», содержащихся в тактических ходах [Иссерс 2006: 137]. Представляется вероятным, что коммуникативная стратегия, тактика и тактический ход соотносятся как «для чего», «что» и «как». Тактический уровень анализа является инструментальным, поэтому моделирование типовых речевых тактик представляется возможным и целесообразным. Напротив, интенциональный уровень коммуникативной стратегии является верхней ступенью на «лестнице свободы» Р. О. Якобсона, постулирующего прямую зависимость свободы субъекта комбинировать элементы языка от уровня его реализации (от фонетического как самого связанного до относительно свободного синтаксического и выше).

Общение бывает кооперативным или конфликтным. В кооперативном общении каждый из коммуникантов вносит свой вклад для достижения поставленных целей. Кооперативное общение конструктивно, плодотворно. Конфликтное общение деструктивно, в его рамках не могут быть получены позитивные результаты. Принципы речевого поведения преимущественно отражают кооперативное общение, приводящее к согласию. Наибольшую известность получили принцип кооперации Г. П. Грайса и принцип вежливости Дж. Лича. По Г. Грайсу, коммуниканты в процессе обмена информацией сотрудничают друг с другом, внося свой вклад в построение дискурса. Принцип кооперации по Г. Грайсу составляют следующие максимы: максима количества: речь должна содержать ровно столько информации, сколько ее требуется в данном случае; максима качества: речь должна быть правдивой, следует избегать ложных утверждений; максима соответствия теме общения: говорящий не должен отклоняться от темы разговора, смена предмета речи должна быть обусловлена каким-либо фактором; максима способа выражения: адресант должен избегать неточных выражений, многословия, уметь правильно организовать свою речь, владеть голосом, дикцией, знать нормы языка, уместно выбирать стиль общения, говорить выразительно, с чувством [Grice 1975:41-58].

Принцип вежливости Дж. Лича содержит следующие максимы: максима такта: в общении необходимо уменьшать «затраты» других и увеличивать свои т.е. тактичнее согласиться на просьбу, чем отказать; максима великодушия: необходимо уменьшать собственную выгоду, тем самым увеличивая выгоду другого, т.е. великодушный человек облегчит речевое поведение другого и не заставит его просить о чем-либо, а сам предложит свою помощь и т. п.; максима одобрения: необходимо увеличивать одобрение других, уменьшать их порицание; максима скромности: необходимо меньше хвалить себя, больше порицать, используя такие фразы как «Не стоит благодарности», «Это всякий может сделать»...; максима

симпатии: необходимо увеличивать симпатию между собой и партнером, с помощью антипатии [Leech 1983: 141].

Т. Ван Дейк приводит следующую типологию тактик диалогического общения:

- тактика перевоплощения: искусственное установление разрыва в знаниях с собеседником, перевоплощение в некомпетентного человека (используется в бытовом общении);

- тактика обобщения: прием, используемый для демонстрации того, что неблагоприятная информация, только что приведенная, например, в случае из жизни, не просто случайна, а типична (может быть использована в бытовом и деловом общении). Типовые выражения этой речевой тактики: *It is always like that /И так всегда, You see that all the time/С этим сталкиваешься на каждом шагу, This happens constantly/Это без конца повторяется;*

- тактика приведения примера: показывает, что общее мнение основано на конкретных фактах (может быть использована в бытовом и деловом общении). Типовые выражения: *Take for example/Вот, скажем, например..., Last week, for instance/Например, на прошлой неделе;*

- тактика коррекции: представляет собой тактику реализующую стратегию самопрезентации, применяется в том случае, когда адресант предполагает, что его высказывание может быть неверно интерпретировано адресатом;

- тактика усиления или утрирования: направлена на лучший или более эффективный контроль за вниманием слушающего, на привлечение внимания, на улучшение структурной организации неблагоприятной информации, подчеркивание субъективной макроинформации (может быть использована в бытовом и деловом общении). Типовые выражения: *It is terrible that.../Это ужасно, что..., It is a scandal that.../Это позор, что...;*

- тактика уступки: дает возможность для условного обобщения даже в случае привлечения противоречивых примеров либо позволяет продемонстрировать реальную или воображаемую терпимость и сочувствие (может быть использована в бытовом и деловом общении). Типичные

выражения: There are also good ones among them/ Среди них попадаются и хорошие люди, We may not generalize, but.../ Не стоит обобщать, но...;

- тактика сдвига: тактика, реализующая стратегии положительной самопрезентации (может быть использована в бытовом и деловом общении).

Типичный пример: I don't mind so much, but the other people in the street they get angry about that/ Мне-то, в общем, все равно, но другие соседи с нашей улицы возмущаются;

- тактика контраста: тактика имеет несколько функций: а) риторическую: привлечение внимания к участникам отношения контраста (структурирование информации), б) семантическую: выделение положительных и отрицательных оценок людей, их действий или свойств (часто путем противопоставления мы-группы и они-группы). Типичный пример: We had to work hard for many years, and they get welfare and do nothing/ Нам приходилось долгие годы трудиться, а они получают пособие и ничего не делают, We have to wait for years to get a new apartment, and they get one directly when they come/ Нам приходится долгие годы ждать новой квартиры, а они получают квартиру сразу же, как только приедут;

- тактика смягчения: реализует стратегию самопрезентации, применяется для демонстрации терпимости и понимания по отношению к собеседнику;

- тактика избегания: применяется в случае нехватки информации о предмете обсуждения или нежелания говорить плохо о других людях. Типичный пример: I don't know/ Я не знаю, I have no contacts with them/ Я с ними не общаюсь, I don't care what they do or not/ Мне нет дела до того, чем они занимаются;

- тактика апелляции к авторитету: используется для подтверждения правильности излагаемой информации дается ссылка на авторитет слушателей, авторитет науки, авторитет известных ученых, социологов, политологов, деятелей культуры;

- тактика применения юмора: эта речевая тактика очень эффективна, т.к. хорошее чувство юмора, умение к месту привести шутку или каламбур в

сочетании с невербальными элементами такими как улыбка позволят добиться успеха в речевой коммуникации любого уровня;

- тактика «да-да-да»: партнеру задается три-четыре вопроса, на которые он обязательно должен ответить «да». Тогда, вероятнее всего, и на основной вопрос он также ответит положительно. Это одна из самых древних тактик, предложенная древнегреческим философом Сократом;

- тактика «черный оппонент»: тактика, противоположная вышеописанной, суть которой заключается в том, что партнеру по общению задается несколько вопросов с таким расчетом, чтобы на один из них он не смог ответить. Тогда незамедлительно произносится речевая формула: «Вот видите, вопрос не подготовлен». речевая формула произносится при первом же затруднении с ответом, прекращая речевое взаимодействие;

- тактика подмазывания аргумента: слабый довод, который может быть легко опротестован, сопровождается комплиментом партнеру по общению. Например: «Вы, как человек умный, не станете отрицать»; «Всем хорошо известна ваша честность и принципиальность, поэтому вы...» [Dijk 1983:57-62].

Согласно мнению Г.С. Мельник, в сфере делового общения функционируют также такие речевые тактики как:

- тактика неожиданности: подразумевает использование в речи неожиданной или неизвестной информации;

- тактика провокации: на короткое время вызывается реакция несогласия с излагаемой информацией, слушатель за этот период готовится к конструктивным выводам для более четкого определения собственной позиции;

- тактика внесения элемента неформальности: коммуникатор рассказывает собеседнику о своих заблуждениях, ошибках, чтобы избежать предвзятости и изменить мнение собеседника в свою пользу [Грачев, Мельник: 2001].

Некоторые исследователи, рассматривают в качестве единиц структурирования дискурса речевую тактику и тактический ход и приводят примеры корреляции речевой тактики и тактического хода. Так, в этикетном

типе дискурса отказ может реализовываться как способ речевого воздействия с различными речевыми тактиками. Например: категоричный отказ (Нет, ни в коем случае); эмпатический отказ (Да, я вижу, тебе очень нелегко, и я в этой ситуации не могу тебе помочь); обоснованный отказ (Я не могу, потому что нет соответствующего распоряжения); отложенный отказ (Когда последний срок, чтобы я ответил? Я не могу сказать сразу) и т.д. [Мкртычан 2010:185].

В узком лингвистическом приближении мы рассматриваем тактический ход вслед за Н. И. Формановской как «конкретный речевой ход, соответствующий общей стратегии» [Формановская, 2007: 111]. Термин «тактический ход» представляется более подходящим, чем более абстрагированный термин «коммуникативный ход», как для анализа делового дискурса, так и для моделирования актов речевого взаимодействия эффективного делового общения в лингводидактическом аспекте» [Мкртычан, 2007: 238].

Разработка типологии речевых тактик представляет собой развитие теории речевых актов. Многие исследователи рассматривают речевой акт как минимальную единицу дискурса, реализующую коммуникативные тактики.

По мнению современных исследователей, речевой акт есть проявление речевой деятельности, соответственно, теория речевых актов, представленная в трудах Дж. Серля, Дж. Остина, Т. ван Дейка воспринимается как частный случай теории речевой деятельности, разработанной отечественными психолингвистами А.А. Леонтьевым, Л.С. Выготским, А.Р. Лурия. В основе теории речевой деятельности, лежит понимание языка как орудия осуществления целенаправленных действий. В рамках теории речевой деятельности получило распространение коммуникативное направление. Коммуникативное направление основано на тезисе о том, что говорящий в процессе общения вкладывает в высказывание некоторое коммуникативное задание, связанное с осуществлением определённых коммуникативных потребностей личности.



Лингвисты выделяют три основных типа коммуникативных потребностей: контактоустанавливающую, информационную, воздействующую. Данные потребности совпадают с функциями языка: фатической (контактоустанавливающей), информационной, аппеллятивной (воздействующей).

При объяснении процессов речевого общения важно учитывать коммуникативное намерение (иллокутивную цель) говорящего. Иллокутивная цель может быть выражена имплицитно или эксплицитно. Как отмечает К. Менг, каждое высказывание есть реализация намерения говорящего. Намерения говорящего К. Менг подразделяет на три группы: предположения, говорящий сообщает какой – либо факт; интенция, говорящий сообщает о том, что он хочет, чтобы определенное положение вещей реализовалось; оценка, говорящий сообщает, что он дает оценку существующему положению вещей на основе шкалы позитивно - негативно [Менг 1983: 224]. Теория речевых актов выявила взаимосвязь между намерением говорящего и экстралингвистическими факторами, условиями протекания речевого акта. При интерпретации речевого акта необходимо учитывать прагматический контекст, речевой контекст, социальные и психологические характеристики говорящих, апперцепционную базу говорящих.

Основными признаками речевого акта являются: целенаправленность, высказывание осуществляется говорящим ради достижения какой-то цели; сообщение должно обязательно иметь речевой характер; Речевой акт должен осуществляться в пределах одного высказывания.

К. Бюлер выделял три составляющих речевого акта: «отправителя», «получателя», «предметы и ситуации» и соотносил их с определёнными функциями языка по Р. О. Якобсону: экспрессии (эмотивная, «сосредоточенная на адресате»), аппелляции (конативная, ориентирующаяся на адресата) и репрезентации (референтивная, сообщение о действительности) [Бюллер 1993: 35].

Р. О. Якобсон добавляет к выделенным К. Бюлером компонентам речевого акта ещё три: контакт, код, сообщение, и называет соответствующие

данным компонентам функции (фатическую, или контактоустанавливающую; метаязыковую, при реализации которой предметом речи является сам код-язык; и поэтическую). «Отправитель», «получатель», «предметы и ситуации» называются у Якобсона «адресант», «адресат» и «контекст» соответственно [Якобсон 1975: 194].

Типы речевых актов выделяются на основании различий в выполняемых действиях. Локутивный акт – акт говорения, иллокутивный акт – одновременное с говорением осуществление какого-либо действия, перлокутивный акт – акт, оказывающий воздействие на собеседника, его мысли, чувства или действия. В процессе речи обычно каждый речевой акт совмещает в себе локуцию, иллокуцию и перлокуцию. Другое основание для выделения типов речевых актов – способ выражения иллокутивной цели, намерения. На этом основании Дж. Серль выделяет прямые речевые акты в которых иллокутивная сила выражена однозначно, например: Peter, open the window!; косвенные конвенциональные речевые акты, пример: Peter, can you open the window?; контекстуально – ситуативные косвенные речевые акты, пример: -Would you like to meet me for coffee? – I have class.

Дж. Серль также классифицирует речевые акты на основании иллокутивной силы, которой обладает высказывание. Исследователь выделяет следующие речевые акты: репрезентативы (утверждения, отрицания, возражения); директивы (попросить, приказать, скомандовать, умолять, разрешать, приглашать); комиссивы (обязательства, обещания, давать зарок, обет, ручаться); экспрессивы (выражение этикетного поведения: благодарность, извинения, соболезнования, поздравления); декларативы (декларации, объявления, назначения).

Классификации речевых актов, существующие в прагмалингвистике, основываются в своем большинстве на системе Дж. Серля.

Дж. Лич, в частности, классифицирует речевые акты согласно той роли, которую они играют в социально- коммуникативных взаимодействиях. Исследователь выделяет следующие речевые акты: конкурирующие, в которых иллокутивная цель конкурирует с социальным равновесием,

например : распоряжение, приказ; праздничные, в которых иллокутивная цель совпадает с социальными целями, пример: благодарность, поздравление, приветствие; сотрудничающие, в которых цель безразлична к социальной цели, пример: отчет, сообщение, инструкция; конфликтные, в которых цель находится в конфликте с социальными целями, например: угроза, обвинение, выговор.

Большинство классификаций совпадают в том, что ими выделяются такие группы речевых актов как директивы, комиссивы, декларативы, репрезентативы или констативы. Однако, мнения исследователей расходятся относительно классификации прочих групп речевых актов.

Дж. Остин выделяет такие речевые акты как вердиктивы (оценивание, оправдание, предание суду, анафеме, посвящение в рыцари, приговор); экзерсетивы ( осуществление власти, прав, принуждение, приказ); бехабетивы (выражение этикетных формул); экспозитивы (единицы метакоммуникативного характера, указывающие место высказывания в тексте, споре, беседе)[Остин 1986: 26].

Д. Вундерлих выделяет такие группы речевых актов как эротетивы (вопросы); сатисфактивы (извинения, благодарности, ответы, обоснования, оправдания); ретрактивы (взятие назад обещания, корректировка утверждения); вокативы (окрики, призывы, обращения)[ Сусов 2009: 125].

К. Бах и Р. Харниш особое внимание уделяют конвенциональным иллокутивным актам к которым они относят эффеktivы ( предание анафеме, предложение цены, посвящение в рыцари, оглашение приговора, повышение в должности, наложение вето, избрание, извинение, приведение в возбужденное состояние, назначение приговора); вердиктивы ( оценивание, оправдание, объявление третейского судьи, распределение по видам, ранжирование, акты управления)[Bach, Harnish 1979:326]

Г.Г. Почепцов группирует иллокутивные акты следующим образом:

- констативы (утверждения);
- предложения
- а) промиссивы (предложения – обещания)
- б) менасивы (предложения- угрозы)

- перформативы ( поздравления, благодарности, извинения, гарантии, назначения)

- директивы

а) инъюнктивы (предложения – приказы)

б) реквестивы (предложения – просьбы)

- квестивы (вопросы ) [Почепцов 1989: 10-17]

В.В. Богданов классифицирует речевые акты по принципу институциональности. Исследователь систематизирует иллокутивные акты следующим образом:

- институциональные

а) декларативы

- неинституциональные

а) побуждающие

- комиссивы (адресантно – инициирующие)

- интеррогативы (адресатно-инициирующие, информационно-побудительные)

- инъюнктивы (неинформационно – побудительные, основанные на власти или социальном положении)

- реквестивы (не основанные на власти или социальном положении, в пользу адресанта)

- адвисивы (не в пользу адресанта)

б) непобуждающие

- экспрессивы (психологически выражающие)

Непсихологически выражающие ассертивы

- констативы (сообщающие известную информацию)

- аффирмативы (сообщающие неизвестную информацию) [Богданов 1989: 25-37]

Н. И. Формановская в своей классификации предложила отнести такую группу речевых актов как вокативы, выделяемые Д. Вундерлихом, Г.Г. Почепцовым, Л.П. Чахоян к контактивам или социативам, куда исследователь включает эмоциональные и этикетные речевые акты.

В настоящее время в научной среде не существует единой позиции относительно классификации речевых актов, однако в основном все классификации представляют собой развитие теории Дж. Остина и Дж. Серлем.

#### **1.4. Особенности аргументативных стратегий делового дискурса.**

Аргументативная коммуникация – это общение между отдельными индивидуумами направленное на воздействие и контроль за сознанием адресата со стороны адресанта с целью внесения возможных изменений в модель мира адресата или адресатов и установления консенсуса между говорящим и слушающим или слушающими посредством убеждающего дискурса. Данный вид коммуникации имеет целью трансформировать, модифицировать "картину мира" коммуниканта, которая является лишь частью объективной картины ситуации и представляет собой знания, убеждения, веру, эмоциональное и интеллектуальное состояние коммуниканта [Григорьева 2007:35].

И.П. Суссов подчеркивает, что акт коммуникации является речевым действием ради воздействия говорящего на слушающего, какой бы не была целеустановка акта коммуникации, побудительной, вопросительной или повествовательной, конечной целью всегда будет обеспечение воздействия [Суссов 2009:126].

Неслучайно, еще Аристотель определял риторику как "способность находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета" [Аристотель 2000: 18–19]. Она включает в себя такие логические действия, как объяснение, доказательство, подкрепление гипотезы, выведение следствия, внушение. Структуры аргументации обнаруживаются как в античной риторике, так и в риторике эпохи Просвещения. Данные эпохи характеризуются применением функционального подхода, при котором независимость аргументов также, как и взаимозависимость определяется необходимостью доказательства точки зрения пропонентом. В эпоху Просвещения находит применение логический подход к аргументации, при котором аргументационная структура применяется для описания отношений между посылками в различных видах следований, посылками в дедуктивной аргументации (доказательство) и индуктивной «этической» аргументации, при которой каждый довод по отдельности несет на себе часть общей

нагрузки по доказательству тезиса и вместе с тем эти доводы необходимо свести в единое целое.

В середине пятидесятих годов двадцатого века появляются новые взгляды на структуру аргументации. М. Бердслей ввел понятие конвергентной аргументации, при которой один и тот же вывод поддерживается несколькими независимыми доводами [Breadsley 1975]. С. Томас предложил термины «связанные» и «конвергентные» доводы. В индуктивном рассуждении посылки выступают в связке не потому, что они не имеют доказательной силы по отдельности относительно вывода, а потому, что доказательства более убедительны, если доводы рассматриваются в связи друг с другом. Связанные аргументы представляют собой один довод. Конвергентный аргумент состоит из отдельных доводов. Конвергентный довод эквивалентен отдельным доводам или доказательствам взятым из разных областей, которые относятся к одному и тому же заключению. Поддержка вывода осуществляется с помощью каждого отдельного довода и остается неизменной даже если бы другие доводы оказались бы ложными, следовательно, конвергентная аргументация более устойчива против возражений в отношении составляющих её посылок, чем связанная [ Thomas 1981].

Р. Пинто и Э. Блэр рассматривают дедуктивную и индуктивную аргументацию как связанные. Т. Говье делает различие между связанной и конвергентной аргументацией. Вопросами различий видов аргументации занимались также А. Гроак, К. Тиндейл, Л. Фишер, И. Копи, К. Коэн.

В конце пятидесятих годов, в рамках риторического подхода, С. Тулмин разрабатывает теорию аргументации. Исследователь утверждал, что сила аргумента зависит от качественного обоснования утверждения, т.к. в большинстве случаев рассуждение представляет собой процесс верификации уже существующих идей, скорее чем получения новых знаний из уже известных, что случается крайне редко. С. Тулмиен предложил набор из шести взаимосвязанных компонентов для анализа аргументов.

- Утверждение (claim) является главной идеей всего аргумента, его тезисом. Утверждение может быть эксплицитным или имплицитным, но обязательно законченным. К утверждению относятся: умозаключения, интерпретации, выводы, мнения и предложения. Их можно разделить на пять основных категорий: по фактам, по определениям, по причинам, по ценностям, по стратегиям. В утверждении должно быть представлено то, что автор пытается доказать. Пример: Гарри является британским подданным. ;

- Данные (data) – это все то на что ссылается утверждение. Данные могут быть: буквальными, такие как статистика, результаты исследований; могут представлять собой факты; артефакты; свидетельства; мнения экспертов; примеры; общественное мнение. Данные представляют собой то, с помощью чего доказывается мысль. Пример: Гарри родился на Бермудах. ;

- Основания (warrant) – это допущения и предложения, которые показывают, как и почему из данных получается утверждение. Основания различаются по аналогии, знаку, примеру, причине, общему мнению, форме, обобщению, авторитету. Пример: Человек, родившийся на Бермудах является британским подданным. ;

- Поддержка (backing) – это дополнительные данные для усиления основания. Пример: В соответствии с законом №... ;

- Оговорка (опровержение, контраргумент) (rebuttal) – высказывание, которое указывает на ограничение утверждения. Пример: ...за исключением ситуации, когда оба родителя иностранцы. ;

- Квалификатор (qualifier) является ограничителем достоверности утверждения и/ или описывает условия при которых утверждение является верным. Маркерами квалификатора являются лексические единицы выражающие степень уверенности: вероятно, возможно, безусловно, предположительно, иногда, всегда [Toulmin 2003: 89-100].

В восьмидесятых годах двадцатого века Д. Уолтон начал разрабатывать концепцию аргументации в рамках диалектического подхода. Основной целью концепции Д. Уолтона является разграничение связанной и конвергентной аргументации. Исследователь предлагает классификацию

различных тестов, позволяющих определить является ли данная аргументация связчанной или конвергентной:

- тест на ложность/ отсутствие поддержки, если одна посылка ложная, следовательно, поддержка доказательства отсутствует;

- тест на неопределенность/недостаточность доказательства, если одна посылка находится в неопределенном состоянии, следовательно, не достаточно поддержки для того, чтобы аргумент был доказан;

- тест на ложность/ недостаточность доказательства, если одна посылка ложная, следовательно, не достаточно поддержки для того, чтобы аргумент был доказан;

- тест на неопределенность/отсутствие поддержки, если одна посылка находится в неопределенном состоянии, следовательно, не достаточно поддержки для того, чтобы аргумент был доказан;

- тест на степень поддержки. Доводы взаимозависимы, если их объединить, то они создадут большую силу всей аргументации [Хенкеманс 2006: 148-149].

В середине девяностых годов прошлого века появляется концепция аргументации Д. Фримена, основанная на теории С. Тулмина. За основу концепции взята базовая диалектическая ситуация при которой реплики оппонента нацелены на то, чтобы проверить утверждения ответчика и процесс речевого взаимодействия регламентирован. В данных рамках формируются три типа генерирующих доводы вопросов, выявляющих приемлемость утверждения, связи утверждения с реальностью, связи с достоверностью. Связанная аргументация является результатом ответа респондента на вопрос о релевантности: почему этот довод релевантен для этого рассуждения? Конвергентная структура возникает в результате того, что аргументатор дает еще одно подтверждение заключения в ответ на вопрос об адекватности довода: можете привести еще один довод?

Наиболее известные представители прагма - диалектического подхода к аргументации, Р. Гроотендорст и Ф. ван Еемерен полагают, что одним из основных критериев приемлемости аргументации является ее соответствие идеальной модели аргументации и правилам проведения критических



дискуссий [Еемерен, Гротендорст 1992: 33]. Исследователи разрабатывают модель правил реагирования на критику, рассматривая различные типы аргументов как функциональные средства разрешения различий во мнениях. В данной модели, при условии, что антогонист не согласен с предложенным умозаключением, протогогонист использует метод прямой или косвенной защиты. Прямая защита предусматривает добавление еще одного аргумента к уже имеющемуся, что в совокупности дает требуемый результат. Косвенная защита предусматривает опровержение контраргумента, выдвинутого против первого аргумента. Такую аргументацию исследователи трактуют как сочинительную. Аргументы должны быть объединены, т.к. убедить оппонента можно только преодолев сомнения или его прямую критику в отношении достаточных доводов. При множественной аргументации единственная связь между доводами заключается в том, что каждый довод выдвигается в защиту одной и той же точки зрения. В случае если протогогонисту не удастся справиться с критикой, то приводимый довод снимается и предпринимается новая попытка защитить аргумент.

Исследователь С. Хенкеманс также проводит прагма- диалектический анализ сложной аргументации. По мнению С. Хенкеманс, различие между множественной и сочинительной аргументацией состоит в том, что первая направлена на защиту выраженного мнения, а сложная сочинительная аргументация направлена на защиту аргументов, подкрепляющих выраженное мнение. Другое отличие между этими двумя видами аргументации основано на том, какой критерий корректности аргумента подвергается критике. Построение сложной сочинительной аргументации обосновано в том случае, если критикуется достаточность аргумента. Если же критике подвергается релевантность аргумента, возникает подчинительный тип сложной аргументации [Henkemans 1997: 110].

С. Хенкеманс выделяет три типа признаков, которые могли бы разграничивать рассматриваемых видов сложной аргументации. Это

прагматические показатели, диалогические показатели и диалектические показатели.

Прагматические показатели основаны на том, каким способом выражено мнение пропонента. Прагматические цели говорящего и, следовательно, тип аргументации, к которому он прибегнет можно определить по таким элементам высказывания как модальные глаголы и квантификаторы.

Диалогические показатели состоят в том, что, анализируя аргументацию, можно определить, в какой форме оппонент выражает свою критику исходной точки зрения. Например, если мы видим, что критика дается в форме контраргументов, то мы можем прогнозировать наличие сочинительной аргументации, последовательно снимающей контраргументы оппонента [Henkemans 1997:131-142].

Диалектические показатели связаны с тем, что пропонент должен правильно реагировать на критику оппонента и соблюдать другие правила ведения дискуссии. Благодаря данным правилам, исследователь может определить, какая схема аргументации будет выбрана как наиболее адекватно доказывающая приемлемость защищаемой точки зрения, сочинительная или множественная.

С. Хенкеманс также выделяет три типа структур аргументации:

- последовательное рассуждение ( serial reasoning);
- связанное рассуждение (linked reasoning)/ сочинительная аргументация (coordinate argumentation);
- конвергентное рассуждение (convergent reasoning)/множественная аргументация (multiple argumentation) [Henkemans, 1997: 155].

Определяющими особенностями аргументативной коммуникации являются противоречие, выражающееся в когнитивном или аксиологическом конфликте, в столкновении мнений, и противопоставление как когнитивное моделирование сообщения, как техника убеждения. Эффективность убеждения, удача или неудача его как интенционального хода отражается в ответной реакции реципиента путем совершения или несовершения речевых действий. Выбор средств речевого воздействия детерминируется

характеристиками коммуникативного акта, а также той логической структурой, которую выбирает адресант.

Когнитивный аспект аргументации заключается в том, что в ходе аргументации осуществляется взаимодействие систем восприятия, репрезентации и продуцирования информации, т.е. когниция [Баранов 1990: 14–15]. В процессе аргументирования говорящий реализует себя как языковая личность, демонстрируя свою экстралингвистическую, лингвистическую и коммуникативную компетенцию. Задействованными оказываются его знания, представления, его эпистемическое, эмоциональное состояние, а также его социальный статус и его социальные роли. Аргументация может быть охарактеризована как один из ментальных процессов, сопровождающийся вызовом из памяти, из базы знаний обобщающих фреймов. В результате активизируется тезаурусная часть информации. Аргументация, таким образом, часть общей модели деятельности человека, а аргументативный процесс – способ обработки убеждений в когнитивной системе индивидуума.

У. Брокрид трактует аргумент как совокупность шести свойств. Первое свойство – это наличие умозаключения от уже существующих мнений к новому или дополнительному их обоснованию. Второе – это наличие оснований для такого умозаключения. Третье свойство – это возможность выбора из альтернативных тезисов. Четвертое свойство – разумная степень вероятности вывода: если в нем имеется стопроцентная вероятность, то необходимость в аргументе отпадает, если же степень вероятности низка, то аргумент превращается в догадку. Пятое свойство – наличие желания проверить рассуждение. Шестое свойство – оптимальное соотношение общего и различного в фоновых знаниях собеседников [Brockriede 1975: 82 -179].

Посылки в виде комплексных социальных представлений, понятий при аргументации остаются в импликации, но определяют стратегию и тактику общения, "руководят" выбором языковых средств. Причиной аргументации можно считать когнитивный или аксиологический диссонанс между участниками коммуникативного акта, конфликтность в широком смысле

слова, понимаемая как несоответствие между объемом пропозиций, знаний, которыми они обладают. Несогласие, эксплицитно выражаемое одним из них, становится вызовом, стартовой точкой аргументации [Кириллов 1995:134].

По мнению таких исследователей как Д. Шифрин, К. Трейси, аргументативные стратегии становятся востребованными тогда, когда внутри целевой аудитории возникают разногласия, касающиеся обсуждаемой проблемы. Аргументативные стратегии как бы «узаконивают» существование разнообразных точек зрения на один и тот же предмет [Tracy 2002].

При этом, если конфликтность является средой аргументации, то возможность достижения согласия – ее условием. Взаимное признание возможности договориться – это когнитивная универсалия, встроенная в аргументацию. Динамическое соотношение конфликтности и согласия является, по всей видимости, движущей силой аргументации. Специфические для каждого участника позиции именуется полями аргументации. Поля аргументации – это "занимаемая каждым субъектом индивидуальная или коллективная позиция, включающая множество относящихся к аргументативному процессу компонентов – суждений, способов аргументации, фундаментальных принципов" [Кириллов 1995: 220].

Для реализации основных задач воздействия выделяют различные формы аргументации. Т.В. Анисимова указывает три такие основные формы: доказательство, внушение и убеждение. "Доказательство – понятие преимущественно логическое. Это совокупность логических приемов обоснования истинности какого-либо суждения с помощью других истинных и связанных с ним суждений. Тем самым, задача доказательства – уничтожение сомнений в правильности выдвинутого тезиса. Внушение – понятие преимущественно психологическое. Это навязывание готового мнения адресату путем воздействия на подсознание. Тем самым, задача внушения – создать у адресата ощущение добровольности восприятия чужого мнения, его актуальности, привлекательности. Убеждение состоит из элементов как доказательства, так и внушения. Это значит, что оратор предъявляет как рациональные аргументы, так и эмоциональные, обращается

к разуму, но влияет и на чувства аудитории, апеллирует как к истине, так и к мнению слушателей, показывает все возможности, выгоды и преимущества своего варианта решения проблемы, добивается, чтобы аудитория поверила сказанному и восприняла его как руководство к действию" [Анисимова 2000: 18].

Ю.А. Кошеварова описывает два вида аргументативных стратегий: кооперативную и некооперативную. Кооперативная стратегия содержит тактики поэтапного мотивирования, маскировки и тактику принятия. Некооперативная стратегия представлена тактиками оскорбления, шантажа и неприятия [Кошеварова 2006: 12].

А.В. Олянич выделяет стратегию рационального аргументирования, которая представлена тактиками убеждения, призыва, верификации, иллюстрирования, обещания; и стратегию эмоционального аргументирования, которую составляют тактики скрытой угрозы, обвинения, рекламирования, призыва [Олянич 2007: 306].

Следующая классификация стратегий аргументации предложена А.Н. Барановым, В.М. Сергеевым, в рамках когнитивной парадигмы. За основу классификации приняты представления о ценностных концептах, участвующих в любом акте аргументирования [Баранов, Сергеев 1988: 108].

Н.Е. Бардина классифицирует стратегии по признаку главенства и вспомогательности. К основному типу автор относит тип аксиологических стратегий, непосредственно связанный с воздействием на адресата, его модель мира, систему ценностей, поведение (как физическое, так и интеллектуальное). К вспомогательным стратегиям автор относит социально-статусные стратегии негативной и позитивной вежливости, стратегию вуалирования [Бардина 2004: 60].

Стратегии позитивной вежливости реализуются посредством выражения солидарности говорящего со слушающим и выражаются в использовании различного рода риторических приемов, направленных на сохранение группового единства, использовании местоимений в инклюзивной функции, использование лексических ограничителей и т.д.

Стратегии негативной вежливости состоят в предоставлении свободы действия слушающему. Они включают использование тактик приуменьшения значимости собственного высказывания и, напротив, преувеличением весомости высказывания собеседника, избеганием прямых просьб, формулированием высказываний в смягчающей модальной форме и т.д.

Стратегии вуалирования состоят в избегании навязывания своей позиции адресату, сохранении лица: характерно использование апелляций к ценностям адресата как способ сокрытия истинных интенций; использование ассоциативных ключей (фантазийных вступлений) [ Батурина 2015:41].

Характеризуя явление аргументации, Л.Г. Васильев и Н.А. Ощепкова относят к иллокутивным дискурсивным актам такие логические действия, как объяснение, доказательство, подкрепление гипотезы, выведение следствия. На их основе строятся перлокутивные дискурсивные акты. Путем объяснения нечто становится понятным для реципиента, путем доказательства достигается убеждение, подкреплением гипотезы реципиент побуждается к принятию гипотезы, выведение следствия заставляет его признать значение утверждения [Васильев 1999: 40].

Исследователи подчеркивают, что в настоящее время классификации стратегий аргументативного дискурса немногочисленны и разнородны. При составлении классификаций аргументативных речевых стратегий возможны вариации на основе прагматических, языковых, когнитивных составляющих.

Согласно современным концепциям, аргументативные стратегии основываются на риторической аргументации. Риторическая аргументация строится на топосах, апеллирующих к различным ценностям и предпочтениям конкретной аудитории. По значению можно выделить следующие виды топосов: эмоциональные, этические, интеллектуальные и т.д. [Анисимова 2000:15].

Как отмечается в исследованиях, наиболее типичным топосом риторической организации институционального делового дискурса является прагматический, однако в той или иной мере в прагматической аргументации

присутствуют и эмоциональные, и этические, и интеллектуальные, и эстетические аргументы [Тарнаева 2011:123].

В качестве частотной разновидности арг стратегий делового дискурса выделяется персуазивная стратегия, под которой понимается речевое воздействие, имеющее своей целью «стимулировать либо решимость адресата к выполнению определенных, в том числе и невербальных, действий, либо определить (несомненно, с позиций адресанта) характер выполнения этих действий» [Гончарова 2001:123].

По мнению Л.П. Тарнаевой, данная стратегия может выступать как подкатегория аргументативности воздействия, предполагающая использование дополнительных риторических и софистических приемов и средств, способствующих убеждению, т.е. может использоваться в любой коммуникативной ситуации, предполагающей убеждение [Тарнаева 2011: 122].

В. С. Григорьева выделяет убеждение как доминирующую стратегию в аргументативном деловом дискурсе. Убеждение включает в себя такие логические действия, как объяснение, доказательство, подкрепление гипотезы, выведение следствия, внушение. В качестве тактик, реализующих данную стратегию исследователь указывает тактику утверждения и тактики побуждения, которые, в свою очередь, подразделяются на: поддерживающие побуждения, выражаемые такими иллокутивными актами как совет, предложение услуг или товаров, рекомендации; регулятивные побуждения, представленные такими иллокутивными актами как угрозы, ободрения, предостережения; побуждения, инициирующие действие, которые демонстрируют такие иллокутивные акты как просьба, приказ, требование [Григорьева 2007:135-140].

Тактика утверждения представлена такими речевыми актами как репрезентативы. Грамматически, репрезентативы представлены перформативными глаголами think, believe, assume etc. Синтаксически утверждение представляют: повествовательные предложения; риторические

вопросы: what is project management? ; полувопросы: that is not good enough for you, isn't it? ; противительные союзы, причинно-следственными союзами, повтор слов или словосочетаний. Лексически утверждение представлено словами с обобщающей семантикой, порядковыми числительными, наречиями, обозначающими последовательность аргументации. Пример:

*A day of few changes, as traders limped through to the end of a busy week.*

*In the Med, a high sulfur cargo was heard done at **104.50** CIF Constanza after swap-related trade yesterday at **96.50** FOB. There was also trade rumored at around **90.75** FOB Portugal*

*The Minister of Agriculture and Fisheries **may think** that there **should** be more sympathy for corn growers, **but** he is the one who withheld information from the House two years ago, **so** we needn't listen to him any more.*

*State Secretary of Health **Saunders** says that it was right. But **Saunders** is the same guy who has been arrested on drunk driving charges. **I think** it's pretty **obvious** we **shouldn't** listen to Joe Saunders.*

Тактики побуждения представлены, в основном, директивами, за исключением предложения и совета, которые выражаются регулятивами. С точки зрения языковых средств, представляющих предложение можно выделить перформативные и модальные глаголы, утвердительные и повелительные предложения, вопросы с разделительным *ли/ или*.

Для выражения совета характерно использование условных придаточных предложений. Пример: *The responses and the solutions that together we shall have to implement, will only be fruitful and efficient if we do so with unity and goodwill/ Меры и решения, которые нам придется принимать и осуществлять совместно, будут плодотворными и успешными при условии, что они будут приниматься в духе единства и доброй воли.*

Для выражения угрозы характерно применение перформативных глаголов, глаголов в повелительном наклонении, будущем времени, междометий. Пример: *If you fail to do so within the time required, your position may be liquidated at a loss and you will be responsible for the resulting deficit./ Если вы этого не сделаете в течение требуемого времени, ваша позиция*



может быть аннулирована в условиях убытка, и вы будете нести ответственность за образовавшийся дефицит.

*We will have to fight against all people bringing wrong information to customers and trying by this way to get business/Мы будем бороться с клеветой в наш адрес.*

Для предупреждения характерно использование перформативных глаголов и условных придаточных предложений. Пример: *At the same time, however, it has been a tradition with Nigeria to sound a little note of warning: we should not be so enamoured with change that we fail to look around us before we leap, so to say, in the dark./В то же время, однако, Нигерия хотела бы, согласно устоявшейся традиции, высказать определенное предостережение: мы не должны увлекаться изменениями до такой степени, чтобы забывать о необходимости осмотреться перед тем, как прыгать, так сказать в темноту.*

Просьбы и требования, чаще всего, также представлены директивами. Требования могут быть категоричными, при которых мнение адресата не учитывается и некатегоричными, которые учитывают мнение адресата. Пример категоричного требования: *If we fail to comply with the agreed schedules of delivery or performance or other contractual obligations in time, purchaser shall establish an additional delivery period of reasonable length./При нарушении договорных сроков поставки или оказания услуг либо несвоевременном выполнении нами иных договорных обязательств заказчик, обязан продлить этот срок на соизмеримый дополнительный период.*

Пример некатегоричного требования: *However, we are under no obligation to close out or liquidate any Transactions or take any other action in respect of positions opened or acquired on your instruction if you fail to pay margin when required./Однако у нас нет обязательства закрывать или аннулировать операции или предпринимать другие действия в отношении открытых позиций или приобретенных согласно вашей инструкции если вы не оплатите маржу в срок.*

Просьбы выражаются такими языковыми средствами как вопросы-побуждения, вопросы-разрешения, сослагательное наклонение. Пример: *I would appreciate your immediate attention to this matter/ Буду признателен за быстрый ответ на этот вопрос.; I wonder if it is be possible for you to send a copy of the book to me/ Не могли бы Вы прислать мне один экземпляр этой книги?; Would you mind my using your name in this respect/ Вы не возражаете, если я сошлюсь на вас?*

С.В. Мкртычан также приводит свою классификацию тактик устного делового межличностного дискурса, в основу которой положены наиболее типичные мыслительные операции, конструирующие его и связанные с выбором способа расположения и использования аргументов. По мнению исследователя, аргументирование не сводится к логической теории доказательства, которая прежде всего опирается на понятие истины. Убеждая кого-либо в чем-либо можно опираться на логику и доказательность, при этом, апеллируя к совести, справедливости, долгу, что иногда может идти вразрез с логикой. Однако, аргументирование как способ высказывания в устном деловом дискурсе осуществляется посредством активации интерактивных фреймов стереотипных ситуаций – речевых тактик. Отбор фреймов, в свою очередь, осуществляется в соответствии с определенными прагматическими правилами [Мкртычан ЭР]. Исследователь выделяет такие тактики как:

- тактика прямого аргументирования: тезис занимает позицию первого коммуникативного шага, затем приводятся аргументы, синтаксическое оформление которых соответствует придаточному причины или бессоюзно. Например: *He is a very talented engineer, he has designed many machines/Он очень талантливый инженер, он сконструировал много механизмов.*

- тактика инверсирования: тезис занимает позицию последнего коммуникативного шага, т.е. располагаться перед меной коммуникативных ролей в виде придаточного следствия или в виде бессоюзного предложения. Например: *You didn't complete the channel scanning when you first ran the application, therefore; we can't allow you to follow these steps to complete this*

*procedure/ Вы не закончили сканирование, после того как запустили приложение; мы не можем вам разрешить закончить процедуру.*

- тактика синкопирования: тезис присутствует имплицитно в сложноподчиненном предложении условия и эксплицируется дедуктивно или индуктивно. Например: *If we fail to crack that nut it may start to distract us from other important elements of business and could begin to negatively affect the tone and atmosphere in which we do our other work/ Если мы не решим этот вопрос, то он будет отвлекать нас от других важных дел и негативно повлечет на атмосферу в нашей компании.*

По наличию в доказательстве контраргументов и нейтральных аргументов можно выделить тактику одностороннего аргументирования и тактику «весов»:

- тактика одностороннего аргументирования включает в себя только аргументы «за». Пример: *We provide to our clients the good quality, reasonable price, highest technology and delivery on time. We think the key point of success OEM service is good communication, we do the right way to content our clients/Мы гарантируем нашим клиентам хорошее качество, продвинуемые технологии и разумную цену на наш товар*

Внутри тактики «весов» исследователь выделяет три разновидности: тактика контраргументирования, тактика амортизации и тактика рефрейминга.

- тактика контраргументирования содержит аргументы «за» и аргументы «против». Например: *Although advertising is really expensive now we can't do without it/ Хотя реклама нынче удовольствие дорогое, но без нее не обойтись.*

- тактика амортизации направлена на видимое согласие (частичное согласие / согласие с частью утверждения). После этого коммуникативного шага обычно следует второй, направленный на опровержение позиции оппонента. Эта тактика активно используется в конструктивной стратегии общения. Пример:

- *I had to fire you because you keep on doing mistakes/Мне придется вас уволить потому, что вы продолжаете делать ошибки.*

- *I see your point, however; I've been doing this for five years and nobody complained/Я понимаю вас, однако, я выполняю эту работу уже пять лет и никто еще не жаловался.*

- тактика рефрейминга заключается в «оборачивании» негативного в позитивное, т.е. аргументы «против» оцениваются как позитивные. Например:

*It is expensive but the quality is perfect/Это дорого, но качество отличное.*

Таким образом аргументативный дискус реализуется посредством таких тактик как тактика прямой аргументации. Тактики же реализуются посредством речевых иллокутивных актами как предложение такими иллокутивными актами как совет, предложение услуг или товаров, рекомендации, угрозы, ободрения, предостережения, побуждения просьба, приказ, требование.

## **ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I**

Лингвистический и культурологический анализ содержания научных работ, связанных с изучением исследуемой разновидности английского языка позволил выявить интенционные, поведенческие, структурные, речевые, языковые, социокультурные особенности делового англоязычного общения и зафиксировать их. Благодаря формированию в сознании обучаемых многоаспектных и разноуровневых знаний ими будут осознаваться и последовательно закрепляться такие параметры делового общения как специфика целей и мотивов профессионального взаимодействия представителей иной культурной среды, с учетом национальных

особенностей и лингвистической спецификой, присущей восточно - азиатскому деловому социуму.

Согласно мнению большинства исследователей, аргументация относится к тем способам организации делового дискурса, которые обеспечивают его максимальную результативность, заключающуюся в оказании запланированного автором воздействия на адресата.

Анализ аутентичных источников и учебной литературы выявил высокую частотность использования аргументации в речевых произведениях, относящихся к деловому дискурсу, что объясняется важностью роли аргументации в процессе убеждения, а также знанием того, что логичное и доказательное изложение материала более успешно достигает цели. Таким образом данную модель организации делового дискурса можно охарактеризовать как наиболее рациональную и эффективную. Соответственно, целью обучения студентов восточного факультета англоязычному деловому дискурсу мы считаем формирование аргументативной компетенции.

## **ГЛАВА II. ФОРМИРОВАНИЕ АРГУМЕНТАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В СФЕРЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА У СТУДЕНТОВ – ВОСТОЧНИКОВ**

Как было сказано выше, в разделе «Выводы по главе I», формирование аргументативной компетенции у студентов восточного факультета является целью обучения англоязычному деловому дискурсу студентов восточного факультета.

Существует точка зрения о том, что компетенция, соотносимая с аргументативным видом дискурса, является компонентом коммуникативной компетенции и моделируется на основе анализа дискурсивной практики и описывается в категориях когнитивных и дискурсивных единиц (речевых

стратегий и речевых тактик), которые одновременно могут рассматриваться как единицы лингводидактики [Мкртычан 2007: 15].

Отталкиваясь от данной точки зрения, мы считаем, что формирование англоязычной аргументативной компетенции в сфере делового дискурса у студентов восточного факультета является одной из важнейших составляющих их коммуникативной компетенции и представляет собой результат подготовки выпускников восточного факультета как высокопрофессиональных специалистов в области деловых отношений с представителями стран восточно – азиатского региона. Как отмечает И.Л. Роляк, такие специалисты готовы к международному интеграционному взаимодействию, требующему применения адекватных стратегий речевого поведения в процессе профессиональной иноязычной коммуникации [Роляк 2014:11].

С нашей точки зрения, общение в деловой сфере требует определенных коммуникативных знаний и умений, которые, с одной стороны, зависят от профессиональной сферы, с другой стороны являются постоянными, универсальными для сферы делового общения в целом.

Потребности современного делового сообщества диктуют необходимость обучения деловому общению в рамках межкультурной коммуникации при учете культурологических особенностей партнеров.

## **2.1. Понятие англоязычной аргументативной компетенции в сфере делового дискурса**

Основанием сугубо прагматического характера при формировании аргументативной компетенции является постулат о воздействующем характере любого высказывания. По мнению исследователей, любой акт коммуникации – это речевое действие ради воздействия говорящего на слушающего. Текст, вне зависимости от того, является он собственно побудительным, вопросительным или повествовательным, имеет своей конечной целью обеспечить воздействие [Сусов, 1990: 8].

Типы дискурса соотносимы со способами речевого воздействия, которые реализуют тактический уровень коммуникации. Вопрос о способах речевого воздействия и принципах их выделения рассматривают в своих исследованиях А. А. Леонтьев, И. А. Стернин, Е. В. Сидоренко и др. Способы речевого воздействия коррелируют, с одной стороны, с категорией когнитивного порядка – речевой тактикой, которую в настоящем исследовании мы понимаем как интерактивный фрейм стереотипной ситуации, с другой стороны, с коммуникативной категорией, такой как тактический ход.

С точки зрения таких исследователей, как В.И. Шляхов, М.К. Любимова, В.В. Карасик, И.Л. Роляк, аргументативный дискурс представляет собой сложное диалектическое единство. При его составлении учитываются следующие факторы: коммуникативные роли говорящего и слушающего и, как следствие, их речевое поведение в определенном типе диалога или полилога; характер и способ воздействия на говорящего на слушающего, зависящие от типа их взаимоотношений, формы общения – непосредственное или опосредованное, прагматической направленности сообщения; языковое выражение намерений говорящего. В частности, О.В. Лешак понимает деловой дискурс как функционально-прагматическую разновидность языковой деятельности, т.е. вариант языковой деятельности, специфицированный социально-психологическими, личностными, стилистическими, тематическими, пространственно-временными и деятельностью факторами. Основной целью аргументативного делового общения является воздействующая, осуществляемая в определенном виде деятельности – деловой, имеющей своих участников общения с их статусными и ролевыми характеристиками, типологические жанры общения и связанные с ними нормы поведения, в том числе языкового, этих участников [Лешак 2007:11].

Вслед за В.И. Шляховым, М.К. Любимовой, И.Л. Роляк, мы разделяем мнение о том, что при обучении иноязычному общению следует обращать внимание на следующие свойства аргументативного дискурса:

- ситуативную обусловленность, что подразумевает реализацию речевых действий в конкретной коммуникативной ситуации;
- динамичность (предполагается развитие внутри одной и той же коммуникативной ситуации);
- социальную ориентацию, что означает реализацию категорий социальной коммуникации т.е. социальный статус, коммуникативные роли, коммуникативная установка, ценностная ориентация коммуникантов;
- неоднородную структурированность деловой коммуникации, обусловленную тем, что в аргументативном дискурсе актуализируются как языковые, так и неязыковые факторы [Гейхман 2001:45].

Поскольку аргументативный дискурс можно рассматривать как реализацию в речи личностных смыслов, обеспечивающих необходимую мотивацию общения, связанную с личностной потребностью самовыражения [Седов 2004:67], можно утверждать, что аргументативная компетенция способствует формированию наивысшего мотивационно-прагматического уровня владения языком.

В процессе общения аргументативная компетенция выступает в виде умения планировать дискурс и управлять им с целью коммуникативного воздействия на собеседника [Караулов 1987:32]. Таким образом, аргументативную компетенцию, направленную на восприятие и порождение аргументативного дискурса, можно рассматривать как специфическую форму познавательной деятельности. Это один из ментальных процессов, сопровождающийся активизацией обобщающих фреймов, таким образом, активизируется тезаурусная часть информации. Аргументация представляет собой модель деятельности человека, а аргументативный процесс способом обработки убеждений в когнитивной системе личности. Комплексные социальные представления понятий при аргументации остаются в импликации, при этом определяя стратегию и тактику общения, а также выбор языковых средств [Гаврилова 2011: 97].



Формировать аргументативную компетенцию необходимо для того, чтобы будущие специалисты умели логически грамотно оформить свою речь, аргументировать собственную точку зрения, выдвигать и формулировать доказываемый тезис, строить аргументативные тексты.

Выработка аргументативной компетенции в процессе обучения иностранному языку студентов восточного факультета, по нашему мнению, является одной из основных задач обучения деловому дискурсу. Крайне важным аспектом формирования аргументативной компетенции является активизация нюансов речевых форм, готовых речевых аргументативных клише. При достаточно высокой степени овладения техникой употребления необходимых вербальных форм повышается аргументативная компетенция, обеспечивающая большую свободу в речевом взаимодействии на иностранном языке.

Согласно Н. Д. Гальсковой, стратегической целью обучения иностранным языкам на современном этапе является развитие у обучаемого черт вторичной языковой личности, благодаря которым он способен стать «эффективным участником межкультурной коммуникации» [Гальскова 2003:58-59]. В структуре вторичной языковой личности, которая формируется в процессе обучения иностранным языкам, исследователи выделяют три уровня: вербально-семантический, мотивационный и когнитивный. По мнению И. И. Халеевой, в процессе порождения аргументативного текста задействуются все три уровня данной структуры. В аргументирующем дискурсе, который рассматривается как речевой образец национального, культурного сознания, отражаются как языковая, так и когнитивная картины мира представителей определённого лингвокультурного сообщества. Мотивационный уровень сопоставляется с экстралингвистическими факторами, влияющими на процесс порождения аргументативного дискурса, т. е. с условиями, в которых происходит общение, особенностями коммуникативной ситуации и коммуникативных ролей [Халеева 1989: 53].

Для реализации целей обучения иностранному языку необходимо осознавать, что аргументативная компетенция способствует выполнению таких учебных задач как

- определение соответствия речевой деятельности характеру и типу общей деятельности;
- обеспечения упорядоченности, систематичности, преемственности и логичности процессу формирования всех компонентов иноязычной коммуникативной компетенции;
- формирование мотивов иноязычного речевого общения в процессе обучения;
- подготовка студента к тому, чтобы использовать иностранный язык в качестве орудия речемыслительной деятельности в будущей профессии [Руденко 2007:54].

Анализ вышеприведённых источников позволил нам сформулировать определение англоязычной аргументативной компетенции в сфере делового дискурса у студентов восточного факультета как *совокупности знаний, умений, навыков, лежащих в основе способности выдвигать и обосновывать тезис с целью убедить адресата в определенном видении явления, предмета или ситуации с корректным и осознанным использованием схем и приемов аргументации, которые реализуются посредством конкретных речевых тактик и речевых актов, являющихся единицами аргументативных стратегий англоязычного делового дискурса.*

## **2.2. Структура англоязычной аргументативной компетенции в сфере делового дискурса**

Исходя из определения англоязычной аргументативной компетенции в сфере делового дискурса у студентов восточного факультета, мы рассматриваем структуру данной компетенции. В нашем понимании, названная компетенция *может быть условно представлена двумя блоками: когнитивным и процессуальным. Когнитивный блок понимается как совокупность знаний о специфике аргументативных стратегий*

*англоязычного делового дискурса в ситуациях общения с представителями деловых кругов стран АТР, процессуальный блок представлен совокупностью навыков и умений, которые позволяют на основе определённых знаний строить аргументативные стратегии англоязычного делового дискурса.* Далее представлено содержание блоков.

В когнитивной блок входят следующие знания:

- знание этикетных норм делового общения, с учетом особенностей культурных традиций восточно-азиатского социума, включающие знание специфики приветствия/прощания, а также специфики проявления чувств и эмоций,
- специфики отношений к пространственным и временным категориям в высококонтекстных культурах.
- знание восточно – азиатских культурных традиций, касающихся ношения одежды и украшений;
- знание зон дистанции в ситуациях официального и неофициального делового общения;
- знание культурной специфики этикета вручения визитных карточек, подарков, сувениров;
- знание культурной специфики жестов;
- знание специфики национального символизма, цветовой символики
- знание психологических особенностей и специфики гендерных правил восточно-азиатского социума.

В процессуальный блок входят следующие навыки:

- навык установливания контакта и взаимодействия с представителями восточно –азиатского социума;
- навык распознавания статусно-ролевых отношений коммуникантов;
- навык учета культурной специфики невербального поведения коммуникантов;
- навык соблюдения требований делового этикета;
- навык адекватного оформления речевого акта с учетом национально-культурной специфики;
- навык корректного выстраивания речевых актов, реализующих стратегии и тактики аргументативного дискурса;
- навык корректного употребления дискурсных маркеров;

- навык корректного употребления специфических терминов, с учетом специфики сферы делового общения;
- навык выделения культурно-специфического компонента невербального коммуникативного поведения;
- навык корректной интерпретации невербальных средств общения (временные и пространственные рамки, зоны дистанции, позы, жесты, мимика и т.п.).

В процессуальный блок входят следующие умения:

- умение устанавливать контакт на английском языке с представителем делового восточно – азиатского социума на основе знаний о типичных реализациях структурных закономерностей языкового строя английского языка, обусловленных особенностями его разновидности, используемой носителями азиатской лингвокультуры;
- умение, на основе владения структурными элементами изучаемой деловой культуры, активизировать код концептуальной профессиональной картины мира: социокультурные установки той или иной сферы делового общения, правила, нормы, отношения между организациями, социальные имиджи организаций, стратегии, применяемые в деловом общении, реализующейся в языковом пространстве представителя азиатского делового социума, в целях максимально корректного обмена информацией;
- умение взаимодействовать с представителями делового азиатского социума в ситуации диалога, основанного на взаимопонимании и профессиональном сотрудничестве, с учетом особенностей коммуникативного поведения, национальной специфики реализации интенций и воплощения коммуникативных стратегий на основе лингвистических, культурологических и поведенческих представлений об условиях межкультурного делового общения;
- умение идентифицировать психоповеденческие особенности коммуникативного поведения представителей делового иносоциума и конкретной ситуации профессионального взаимодействия;
- умение строить речевые акты, реализующие коммуникативные стратегии делового дискурса (предложения, рекомендации, предупреждения,

ободрения, предостережения, просьбы, приказы, требования, запрос об информации, запрос о разъяснении, разъяснение, предположение, обещание, привлечение внимания, принятие обязательств, оценка, комплимент, просьба об одолжении; приглашение, извинение);

- умение распознавать элементы системы ценностей восточно-азиатской культуры и их иерархию, ценностные предпочтения; субъективные представления о действительности; этнически и религиозно детерминированные обычаи и стереотипы; поведенческие стереотипы и т.п.;

- умение учитывать элементы коммуникации отражающие специфику деловой культуры: социокультурные установки той или иной сферы делового общения, правила, нормы, отношения между организациями, социальные имиджи организаций, стратегии, применяемые в деловом общении и т.д.;

- умение поддерживать комфортную психологическую атмосферу делового общения;

- умение учитывать культурно-специфические стереотипы национального характера;

- умение учитывать национально-культурную специфику артефактов, составляющих атрибуты делового общения (одежда, визитки, подарки, украшения, угощения и т.п.; символическое восприятие цвета, украшений, предметов офисного интерьера).

### **2.3. Основные принципы и критерии отбора учебного материала для формирования аргументативной компетенции у студентов – восточников**

Отбор учебного материала является важнейшим звеном в построении любой методики обучения иностранному языку.

В соответствии с целями исследований выделяются следующие принципы отбора учебного материала: распространенности, многозначности, образцовости, сочетаемости, доступности, последовательности, семантической релевантности, стилистической неограниченности, многозначности, словообразовательной ценности, строевой способности, частотности, функциональности, аутентичности, соответствия

профессиональной сфере, социокультурной ценности и т.д. [Бим 1977; Гальскова 2000; Пассов 1991; Позняк 1988:89; Шатилов 1986; и др.]. В частности, Э.Я. Соколова выделяет принцип максимальной активизации иноязычной речевой и мыслительной деятельности, а также принцип опоры на все виды ощущений, включая не только устное восприятие, но также чтение, письмо [Соколова 2015 ЭР].

Критерии отбора учебного материала в методике преподавания понимаются как соотносимые с исходными положениями требования к качеству отбираемых единиц или одновременно к качеству единиц и ко всему отбираемому материалу [Лapidус 1986:31].

В качестве исходных критериев отбора учебного материала при формировании коммуникативной компетенции нами приняты след критерии: *а) критерий учета специфики коммуникативных стратегий делового английского языка, б) критерий учета национально – культурной специфики коммуникативного поведения, который имеет два аспекта в соответствии с вербальным и невербальным коммуникативным поведением, в) критерий аутентичности, г) критерий учета терминологичности.*

## **ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ II**

В ходе исследования теории и практики обучения студентов – восточников англоязычному деловому дискурсу, нами была разработана модель англоязычной коммуникативной компетенции в сфере делового дискурса, представленная двумя блоками, состоящими из ряда знаний, навыков и умений, основными компонентами которой являются:

- Знания этикетных норм делового общения, с учетом особенностей восточно- азиатского социума, а также психологических особенностей и специфики гендерных отношений восточно- азиатского социума;

- Навыки установливания контакта и взаимодействия с представителями восточно – азиатского социума, а также навыки адекватного оформления речевого акта с учетом национально-культурной специфики;

- Умения устанавливать контакт на английском языке с представителями восточно – азиатского социума, умения активизировать код концептуальной картины мира, умения вести диалог с учетом специфики делового английского языка, используемого представителями восточно – азиатской лингвокультуры.

В рамках настоящего исследования нами были выделены критерии отбора учебного материала для обучения студентов – восточников англоязычному деловому дискурсу. Данные критерии включают:

- сферы коммуникативной деятельности, темы, ситуации общения, социальные роли;

- языковой материал, отражающий специфику построения аргументативной речи с учетом особенностей делового английского языка, используемого носителями восточно – азиатской лингвокультуры;

- речевой материал, представляющий собой аутентичные аргументативные тексты;

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Настоящая работа представляет собой попытку исследования проблемы обучения студентов – восточников англоязычному деловому дискурсу с учетом особенностей английского языка, используемого представителями восточно-азиатской лингвокультуры. Необходимость такого исследования обусловлена тем, что международное деловое общение предусматривает необходимость понимания и учета особенностей характера и отличительных черт поведения и менталитета представителей стран Юго-Восточной Азии, этически ориентированных на ценности конфуцианства и буддизма, что в

свою очередь, обуславливает необходимость подготовки специалистов, владеющих навыками коммуникации с представителями стран данного региона.

Одним из наиболее важных обстоятельств для понимания необходимости данного исследования, является то, что рабочим языком в азиатских компаниях, представленных в России, является английский, что в связи с расширением профессиональных межкультурных контактов и, как следствие, возрастанием потребности общества в специалистах, владеющих различными иностранными языками, обуславливает необходимость уделять особое внимание изучению английского языка будущими специалистами – востоковедами наряду с востоковедческими дисциплинами.

Данное диссертационное исследование базируется на необходимости учета лингвокультурных особенностей социумов не носителей английского языка, принимающих участие в англоязычном деловом дискурсе. Диссертационное исследование содержит описание разработанной и апробированной авторской методики обучения аргументативным стратегиям англоязычного делового дискурса с учетом особенностей английского языка, используемого представителями восточно – азиатской лингвокультуры.

Полагаем, что данное исследование вносит посильный вклад в деятельность по оптимизации общего гуманитарного образования. Разработанная нами методика обучения аргументативным стратегиям на английском языке может служить составляющей процесса обновления гуманитарного образования.

Перспективы данного состоят в возможности дальнейшей разработки проблемы обучения специалистов педагогической сферы англоязычному деловому дискурсу и разработке методик обучения деловому дискурсу на других иностранных языках.



### **Библиография:**

1. Азнабаева Г.С. Некоторые особенности невербального стиля общения китайских коммуникантов. <http://rudocs.exdat.com/docs/index-173648.html> ЭР
2. Акишина А.А., Каган О.Е. Учимся учить. М., 2004.
3. Алексеева И.С. Введение в переводоведение: Учеб. пособие для студ. филол.и лингв. фак-ов высш. учеб. заведений. — СПб.: Филологический факультет СПбГУ. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. — 352 с.
4. Алефиренко Н.Ф. Синергетика культурного концепта и знака в системе языка и тексте // Культурные концепты в языке и тексте. – Белгород, 2005. – С. 8-21.
5. Алефиренко Н.Ф. (2005б) Спорные проблемы семантики. – М.: Гнозис, 2005– 326 с.
6. Аликина Е.Ю. Особенности функционирования метафоры в туристическом дискурсе// Вестник пермского университета. Выпуск 4, 2010. – С.80-86.
7. Аликина Е.Ю., Мишланова С.Л. Атрактивная функция метафоры в туристском дискурсе // Вестник пермского университета. Выпуск 6 (12), 2010. – С.44-49.

8. Алмазова Н.И. Когнитивные аспекты формирования межкультурной компетентности при обучении иностранному языку в неязыко-вом ВУЗе: Автореф. дис. д-ра пед. наук. – СПб.: СПбГУЭиФ, 2003. – 44 с.
9. Алпатов, В.М. История лингвистических учений. – М.: Язык рус. культуры, 1999. –368 с.
10. Ананьев Б. Г. Индивидуальное развитие человека и константность восприятия.- М: Просвещение, 1986.-334с.
11. Анисимова Т.В. Типология жанров деловой речи (риторический аспект): Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2000. – 46 с.
12. Антонова А.В. О роли персуазивного компонента речевой интенции в организации манипулятивных текстотипов (на примере английского политического дискурса) // Альманах современной науки и образования. Языкознание и литературоведение в синхронии и диахронии. В 3 ч. Ч 2: межвузовский сборник научных трудов. – Тамбов: Грамота, 2007. – С. 25-27.
13. Аристотель. Риторика. – М. : Лабиринт, 2000. – 221 с.
14. Аристотель. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. Минск, 1998. С. 762.
15. Артамонова И.А., Васютинский И.Ю., Краснопевцева Б.В. Этика делового общения. Учебное пособие. Московского гос. ун-т геодезии и картографии.-М.: 2003.-155с.
16. Астафурова Т.Н. Стратегии коммуникативного поведения в профессионально-значимых ситуациях межкультурного общения. дис...докт. педагог. наук. -М., 1997.- 324с.
17. Астафурова Т. Н. Стратегии коммуникативного поведения в профессионально-значимых ситуациях межкультурного общения (лингвистический и дидактический аспекты): автореф. дисс. ... д. пед. н. -М., 1997.- 41 с.
18. Баданина Л.П. Познавательные процессы: курс лекций.- СПб.: РГПУ, 2002.-64 с.

19. Баранов, А. Г. Когнитивность текста. К проблеме уровней абстракции текстовой деятельности // Жанры речи. Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997.- С. 4-12.
20. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. – М.:Художественная литература, 1975. – 500 с.
21. Белан Э. Т. Формально- структурный анализ терминов международного туризма в английском языке// Вестник московского государственного областного университета. Серия «Лингвистика». № 2., 2007.-С. 92-101.
22. Белик А.А. Культурология. Антропологические теории культур.- М.: РГГУ, 1999.- 241с.
23. Бобрышева И. Е. Культурно-типологические стили учебно- познавательной деятельности иностранных учащихся в методике обучения русскому языку как иностранному. М.: Наука, 2004. -256 с.
24. Богданов В.В. Коммуникативная компетенция и коммуникативное лидерство//Язык, дискурс и личность.— Тверь, 1990. — С. 26 — 31.
25. Бригиневиц В.Е. Основные подходы к построению терминосистем// Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. Выпуск 4, 2010. – С. 1-7.
26. Быкова О.Н. Ложная аргументация. Речевая агрессия. Языковое манипулирование: Материалы к энциклопедическому словарю «Культура русской речи» // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: Вестн. Российской риторической ассоциации. Вып. 1 (8). Красноярск, 1999. – С. 91-103.
27. Василенко С. С. Концептная компетенция как цель обучения иностранному языку студентов лингвистических направлений // Педагогическое образование в России. Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург). 2013. № 5. С. 151-155.
28. Вежбицкая А. Язык, культура и познание. – М.: Русские словари, 1997. – 410 с.
29. Вежбицкая, А. (1997а) Речевые жанры // Жанры речи. Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997.- С. 99-112.

30. Величко И.В. Специфика лексического корпуса текстов тематической сферы «Туризм». Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики. – Ульяновск.: УлГТУ, 2009. – 17-23 с.
31. Величковский Б.М. Современная когнитивная психология. — М.: МГУ, 1982. - 336 с.
32. Верещагин, Е. М. Язык и культуры. – М. : Русский язык, 1976. – 246 с.
33. Виноградова Л.В. Терминология туризма английского и русского языков в синхронном и диахронном аспектах. Автореф. дис. ... канд. филол. наук.- Великий Новгород, 2011. - 23 с.
34. Витгенштейн Л. Философские исследования.- СПб.: «Аст», 2011.- 352с.
35. Воробьев В. В. Лингвокультурология: теория и методы . – М. : РУДН, 1997. – 250 с.
36. Воробьева Т.А. Методика определения профпригодности у поступающих в педагогические вузы. – В кн.: Психолого-педагогические проблемы высшей школы. Вып. 1. Л., 1973, с. 80–92.
37. Гайсина А. В. Социально-политические аспекты конфуцианства, даосизма и буддизма в Китае // Известия Уральского государственного университета -та. Сер. 1.— N 4 (81), 2010. — С. 155 — 162.
38. Гальскова Н.Д. Практические и общеобразовательные аспекты обучения иностранному языку//Иностранные языки в школе, 1995, №5.- С. 8-13.
39. Гамезо М.В. Развитие психики в животном мире и становление сознания человека // Атлас по психологии.-М., 1999.- С.22-29
40. Гейхман Л. К. Искусство быть и общаться с Другим. Монография. Пермь, 2001.- 205с.
41. Гиппенрейтер Ю.Б. Деятельность и внимание// А.Н. Леонтьев и современная психология: сб. ст.- М., 1983.-С. 165-177.
42. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация. М., 2005.
43. Голоднов А.В. Лингвостилистическая интерпретация коммуникативных стратегий персуазивности в текстах коммерческой рекламы // Studia Linguistica – XI. Проблемы когнитивной семантики: Сб. статей. – СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2002. – С. 114-119.

44. Гончарова Е.А. Персуазивность и способы её языковой реализации в дискурсе рекламы // Проблемы теории европейских языков. *Studia Linguistica* № 10. – СПб: Тригон, 2001. – С. 120-130.
45. Горелов И.Н., Седов К. Ф. Основы психолингвистики : учеб. пособие. М. : Лабиринт, 2004.
46. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты . – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 288 с.
47. Гринев С.В. Введение в терминоведение. М.: МГУ, 1993.-309 с.
48. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 352 с.
49. Гудков, Л. Д. Введение в социологию культуры. Курс лекций по культурологии . – М.,1998. – 56 с.
50. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. –М.: ОАО ИГ "Прогресс", 2000. – 400 с.
51. Джеймс У. Внимание//Хрестоматия по вниманию.- М., 1976.- С.50-65
52. Добрынин Н.Ф. Основные вопросы психологии внимания// Психологическая наука в СССР. Т1.- М., 1959.- С. 202-442
53. Дормашев Ю.Б. Психология внимания.- М.: МПСИ: Флинта, 2002.- 376с.
54. Дульников А. Г. Рекламные тексты как средство познания культуры в процессе изучения фр. яз. // Иностранные языки в школе. № 5, 2005. – С. 13 - 19.
55. Елизарова Г.В. Культура и обучение иностранным языкам. - СПб.: Союз, 2001. - 291 с.
56. Еникеев М.И. Общая и социальная психология.- М.: Норма-Инфра-М, 2000.-611с.
57. Жежерова В.П. Актуальные проблемы методики обучения лексике иностранного языка: когнитивная парадигма и прототипический подход к семантике слова// Вестник КРАУНЦ Серия «Гуманитарные науки». Выпуск № 1 (15), 2010. – С.36-43.
58. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка.- М.: Высшая школа, 1989.-128с.

59. Завгородняя Т.М. Дискурсивное пространство французского туристического бизнеса // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. Вып. № 4, 2009. – С. 1-4.
60. Захаренко И. В. Прецедентные высказывания и их функционирование в тексте // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации. – М., 1977. – С. 92-99.
61. Зимняя И. А. Психология обучения неродному языку. М.: Рус. яз., 1989.- 219 с.
62. Иванова И.П., Бурлакова В.В. и др. Теоретическая грамматика современного английского языка. — М.: Высшая школа, 1981.— 452 с.
63. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М. : Ком-Книга, 2006.
64. Кадышева Е.В. Культурные особенности межнациональных бизнес-контактов // Менеджмент в России и за рубежом. №5, 2006.-С.60-71.
65. Каменская О.Л. Текст и коммуникация. — М.: Высшая школа, 1990.
66. Камшилова О.Н. Английский язык как *lingua franca*: функция языка или языковая форма? // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. Вып. №6. Том 6., 2006.-С.61-74.
67. Карасик В.И. Транслируемость концептов // Проблемы вербализации концептов в семантике языка и текста. – Волгоград: Перемена, 2003. – С. 17-19.
68. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М.: ГНОЗИС, 2004. – 390 с.
69. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность .- М., 1987
70. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М. : Вече, 2007. – 154 с.
71. Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса. - М.: Прогресс, 1999.
72. Кирьянов О.В. Наблюдая за корейцами. Страна утренней свежести. – Рипол классик, М., 2010. – С. 29 – 30
73. Клюев Е.В. Речевая коммуникация. – М.: ПРИОР, 1998. – 224 с.
74. Когнитивные стили: Тезисы научно-практич. семинара. Таллинн, 1986. 128 с.

75. Колга В. А. Дифференциально-психологическое исследование когнитивного стиля и обучаемости: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Л.: Изд-во ЛГУ, 1976. 17 с.
76. Комиссаров В.Н. Теория перевода.- М.: Высшая школа, 1990.- 253с.
77. Костомаров В. Г. Об одной из единиц описания текста в аспекте диалога культур // Иностранные языки в школе. №5– 2000. – С. 3-6.
78. Коффка К. Восприятие: введ. в гештальттеорию.-М.: МГУ, 1975.-С. 96-113
79. Кошарная С. А. Грамматический род как лингвокультурный концепт. II Международный конгресс русистов – исследователей. – М., 2004. – 53 с.
80. Кравков С.В. Внимание // Психология внимания: учеб. пособие.- М., 2001.- С. 22-38
81. Красных В. В. Виртуальная реальность или реальная. – М. : Диалог, 1998. – 236 с.
82. Красных В. В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология . – М., 2002. – 69 с.
83. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность?– М.: ГНОЗИС, 2003. – 374 с.
84. Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике (обзор)// Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты: Сб. обзоров. – М., 2000. – С. 7-25.
85. Кузьмина Г. Г. Современные культуроведческие подходы к обучению иностранным языкам // Вестник ВГУ. Серия лингвистика и межкультурная коммуникация. № 2, 2001. – С. 108-117
86. Кузьмина Н.В. Формирование педагогических способностей.— Л., 1961.—98 с.
87. Куприева И.А. Механизмы вербализации ментальных структур лексемами со значением «психические процессы» в англоязычном дискурсе. Дис. ... док. филолог. наук. Белгород, 2014.-370с.
88. Курганова Н. И. Конструирование концептов в процессе освоения иноязычной культуры // Изв. Рос.гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. № 11

- (68): Психологические науки (психология, педагогика, теория и методика обучения).- СПб., 2008.- С. 132-139.
89. Лейчик, В.М. О методах и принципах конструирования терминосистем // В.М. Лейчик // Семантика естественных и искусственных языков в специализированных системах. – Л.: ЛГУ, 1979.
90. Леонтьев А.А. Факторы вариативности речевых высказываний // Основы теории речевой деятельности. – М.: Наука, 1974. – С. 29-35.
91. Леонтьев А.Н. Избранные психологические произведения. В 2-х т. Т. 1. М.: Педагогика, 1983. С. 368 – 369
92. Леонтьев А.Н. Речь // Психология.- М., 1948.- С. 262-287
93. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Наука, 1975. -104 с.
94. Лещак О. Теория дискурса - теории дискурса - теории дискурсов: к вопросу о возможности создания частных лингвистических теорий // Культура народов Причерноморья. 2007. Т. 1, № 110. С. 319-322.
95. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. - М. Дело, 2001. -448с.
96. Маджаева С.И. Термины в медицинском дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. Выпуск 60. № 33 (248), 2011.- С. 92–94.
97. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДК Гнозис, 2003. – 280 с.
98. Маклаков А.Г. Общая психология.- СПб.: Питер, 2005.- 583с.
99. Маслова В. А. Лингвокультурология. – М. : Академия, 2007. – 158 с.
100. Маслова В.А. Лингвокультурология.- М.: Академия, 2001. - 208 с.
101. Мацумото Д. Психология и культура. – СПб.: Прайм-еврознак: Нева, М.:ОЛМА-ПРЕСС, 2002. – 414 с.
102. Мелик-Гайказян И. Взаимосвязь коммуникативных процессов и динамика форм знаков // Человек вчера и сегодня: междисциплинарные исследования. № 5.– М. : ИФРАН, 2011. – С 49-65.
103. Милевская Т.В. Дискурс, речевая деятельность, текст // Теория коммуникации & прикладная коммуникация / Под общ. ред. Розиной И.Н. – Ростов-на-Дону: ИУБиП, 2002. – вып. 1. – С. 88-91.
104. Мишланова С.Л., Уткина Т.И. Метафора в научно-популярном медицинском дискурсе. Пермь: Изд-во ПГУ, 2008.



105. Михайлов Н.Н. Английский язык для направлений «Сервис» и «Туризм». М.: Академия, 2011. – 198 с.
106. Мкртычан С.В. Типология межличностного делового дискурса в лингводидактическом аспекте//Знание.Понимание.Умение. №3, 2010.- С.182-187
107. Мкртычан С.В. Коммуникативная компетенция как инструментальная категория когнитивной лингвистики // Проблемы представления (репрезентации) в языке. Типы и форматы знаний : сб. науч. трудов РАН. Ин-т языкознания ; Мин-во образ. и науки РФ ; ТГУ им. Г. Р. Державина. М. ; Калуга : Эйдос, 2007.- С. 300-306.
108. Морозов А.В. Деловая психология.- СПб.: Союз, 2000.- 576с.
109. Мошняга Е.В. Концептосфера международного туризма в контексте межкультурной коммуникации. // Знание. Понимание. Умение. №4, 2008.- С.146-151.
110. Найссер У. Познание и реальность: смысл и принципы когнитивной психологии. М.: Прогресс, 1981. 230 с.
111. Немов Р.С. Психология: учебник для студентов вузов.-М.: Владос, 1998.-687с.
112. Немов Р.С. Психология: учебник для студентов высш. пед. учеб. заведений-М.: Владос, 2003.- Кн.1: Общие основы психологии.-687с.
113. Новикова Л.И. Культуроведческий подход к методике преподавания русского языка //Русский язык. № 23 (311).- 2003.
114. Озеров В.П. Развитие познавательных и профессиональных способностей студентов// Известия ЮФУ. Технические науки . 2005. №7. – С.74-75
115. Осецкая А.И., Свириденко Е.И., Александрова О.В. Деловое общение стран АТР. Изд-во Дальневосточного ун-та.-Владивосток, 2004.-138с.
116. Оспенникова Е. В. Взаимосвязь системы видов учебного познания, методов обучения и организационных форм построения учебного процесса // Наука и школа. № 4, 2001.- С. 20–24
117. Панкова Л.И., Редя Г.П., Афанасенко С.Г. Познавательные психические процессы.- Пенза: ПГПУ, 1999.- 66 с.

118. Память. Электронный ресурс// Компания «Московский врач».- М., 2009 www. mentally.ru
119. Попова Т.П. Дискурс как речевое произведение в обучении иноязычному общению// Приволжский научный журнал. 2013. № 3(27). С. 138-143.
120. Попова З. Д., Стернин И. А. Язык и сознание: теоретические разграничения и понятийный аппарат // Язык и национальное сознание. Вопросы теории и методологии. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2002. С. 9-50.
121. Прошина З.Г. Английский язык как посредник в коммуникации народов Восточной Азии и России: Проблемы опосредованного перевода.: Дис. ... док. пед. наук. ДВФУ. Владивосток., 2002.- 544с.
122. Прохоров, Ю. Е. Русское коммуникативное поведение. – М., 2002. – 150 с.
123. Прохоров Ю. Е. В поисках концепта . – М., 2004. – 180 с.
124. Прохоров Ю. Е. Концепт, текст, дискурс в структуре и содержании коммуникации: Автореф. дис... д-ра филол. наук. – Екатеринбург, 2006. – 38 с.
125. Рац У., Михайлова Н. Б. Новый метод диагностики языковой компетентности: Ц-тест //Иностранная психология. 1995. Т. 3, № 5. С. 72–78.
126. Роляк И.Л. Устный деловой дискурс и вопросы его преподавания иностранным учащимся//Язык и культура. №2 (26), 2014.- С. 107-117
127. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии. –СПб : Питер, 2000. – 340 с.
128. Рубинштейн С.Л. Внимание// Психология внимания: учеб. пособие.-М., 2001.- С. 39-52
129. Руденко А.П. Дискурсивная компетенция как основа обучения иностранному языку в вузе // Вестник Новгородского государственного университета Серия Педагогика и филология. №41, 2007. –С. 81-85
130. Савельева И. Ф. Концепт как универсальная единица формирования знаний в процессе обучения студентов языкового вуза иностранному языку // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена. № 102. - СПб., 2009.- С. 275-277.

131. Самарин Ю. А. Очерки психологии ума: особенности умственной деятельности школьников. М.: Изд-во Акад. пед. наук РСФСР, 1962. -503 с.
132. Свирина Л.О., Сигал Н.Г. Лингвокультурологический контекст в обучении иноязычному говорению (на материале английского языка)// Вестник ТГГПУ. №4 (26), 2011.- С. 357-360
133. Слышкин Г. Г. От текста к символу. - М.: Academia, 2000.- 128 с.
134. Сластенин В.А. Психология и педагогика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — М.: Издательский центр «Академия», 2006. —464 с.
135. Солганик Г.Я. Стилистика текста.- М.: Флинта, Наука, 2003.- 253с.
136. Седов К.Ф. Дискурс и личность: Эволюция коммуникативной компетенции. - М., 2004.
137. Сотникова С.А. О необходимости включения феноменов культуры в процесс обучения иностранным языкам// Педагог. Наука, технология, практика. № 2 (17). Барнаул: БГПУ, 2004.- С.50-54
138. Степанов Ю. С. Константы : Словарь русской культуры. – М. : Академический проект, 2001. – 990 с.
139. Стернин И.А., Ларина Т.В., Стернина М.А. Очерк английского коммуникативного поведения. – Воронеж: Истоки, 2003. - 185 с.
140. Сусов, И. П. (1990) Семиотика и лингвистическая прагматика // Язык, дискурс и личность : межвуз. сб. науч. трудов. Тверь : Изд-во Тверск. гос. ун-та, 1990.
141. Сухова Н. А. Концепт «Обучение иностранным языкам в Австрии» (по результатам ассоциативного эксперимента) // Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина: научный журнал. СПб.: Изд-во ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2009. № 1. Серия филология. С. 42-58.
142. Тамерьян Т.Ю. Языковая модель поликультурного мира: интерлингвокультурный аспект : Дис. ... д-ра филол. наук : Нальчик, 2004.- 460 с.
143. Тарнаева Л.П. Передача идиоматичности делового дискурса при переводе (лингводидактический аспект проблемы) // Фразеология и терминология: грани пересечения: Коллективная монография Федер.

- агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высшего проф. образования «Помор. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова». – Архангельск, 2009. – С. 108-127.
144. Тарнаева Л.П. Деловой перевод: Язык. Культура. Дискурс. Лингводидактический аспект. СПбГУ, 2010– 168с.
145. Тарнаева Л.П. Обучение будущих переводчиков трансляции культурно-специфических смыслов институционального дискурса.: Дис. ... док. пед. наук. СПб., 2011.-545с.
146. Тарнаева Л.П. Обучение будущих переводчиков трансляции культурно-специфических смыслов институционального дискурса. Автореф. дис. ... д-ра педагог. наук. – Санкт- Петербург: Российский государственный педагогический университет, 2011. – 42 с.
147. Тарнаева Л.П., Дацюк В.В. Туристический дискурс: лингвопрагматические характеристики // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9, N 3, 2013. — С. 229-235
148. Тарнаева Л.П. Межкультурное деловое общение как сфера функционирования институционального дискурса//Современные образовательные технологии в преподавании естественнонаучных и гуманитарных дисциплин: труды международной научно-методической конференции 27-29 мая 2014 г. Национальный минерально-сырьевой университет «Горный». – Санкт-Петербург, 2014. -С. 157-152.
149. Тарнаева Л.П. Теория концепта в свете лингводидактических проблем// Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 7 (37): в 2-х ч. Ч. I. С. 208-212.
150. Телия, В. Н. Русская фразеология. – М., 1996. – С. 234.
151. Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур.– М.: АСТ. Астрель. Хранитель, 2007. – 286 с.
152. Ушинский К.Д. Собрание сочинений., т.10М.-Л., 1952, с.182
153. Филатова Н.В. Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах. Автореф... канд. филолог. наук. – М. 2003. – 24 с.

154. Филатова Н.В. Туристический дискурс в ряду смежных дискурсов: гибридизация или полифония//Вестник МГОУ Серия «Лингвистика». Выпуск 3, 2012. – С.41-46.
155. Филмор Ч. Фреймы и семантика понимания // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка. – М., 1988. – С. 52-92.
156. Фокин В.И. Формирование содержания понятий «внешняя культурная политика» и «культурная дипломатия» в международной деятельности современных государств / В. И. Фокин // Вестник СПбУ. 2003. Сер. 6, вып. 2 № 14. С. 125—130.
157. Формановская, Н. И. (2007) Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. М. : ИКАР.
158. Франк С. Предпринимательство без границ.- М.: Олимп-Бизнес, 2008.- 267с.
159. Халеева И.И. О конкретизации целей обучения аудированию в специальном вузе//Иностранные языки в высшей школе. — № 22. — М., 1989. - С. 22-32.
160. Халеева И.И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи. — М.: Высшая школа, 1989. — 238 с.
161. Халеева И.И. Некоторые проблемы обучения межкультурной коммуникации на основе когнитивного подхода/Психолингвистика и межкультурное взаимопонимание. Тез. докл. X Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. Москва, 3 — 6 июня 1991. -М.: АН СССР ИЯ. - С. 310-312.
162. Халяпина Л. П. Методическая система формирования поликультурной языковой личности посредством Интернет-коммуникации в процессе обучения иностранным языкам: автореф. дисс. ... д. пед. н. СПб., 2006. 46 с.
163. Харченко Е.В. Межличностное общение: модели вербального поведения в профессиональных сферах : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2005.- 455с.

164. Хасанова З.С. Подъязык и терминосистема: корреляция и специфика терминологических единиц//Молодой ученый. №2, 2013.- С. 224-232.
165. Хижняк С.П. Специфика проявления терминологичности в языке (на материале русской юридической терминологии) // Лингвистические проблемы формирования и развития отраслевой терминологии. Саратов, 1999.-С. 36-44.
166. Холл М., Боденхаммер Б. 51 метапрограмма НЛП. — М.: Прайм Еврознак, 2007. — 352 с.
167. Шатилов С.Ф. Актуальные проблемы методики обучения русскому языку иностранных учащихся. – Л., 1985.С. 8-9
168. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – М., 2004. – с.
169. Шелестюк Е.В. Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности как отражение способов речевого воздействия // Вестник Челябинского государственного университета Серия «Филология. Искусствоведение». Выпуск 26. № 30 (131), 2008. – С. 170-175.
170. Ширяева Т.А. Когнитивная модель делового дискурса. – Пятигорск: Пятигорский лингвистический университет, 2006. – 256 с.
171. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность.-М.: Книжный дом «Либроком», 2009.- 248с.
172. Шляхов В.И. Сценарная основа речевого общения. Технология обучения. М. : КРАСАНД, 2010.
173. Щепилова А. В. Теория и методика обучения французскому языку как второму иностранному: учебное пособие для студентов вузов. М.: Владос, 2005. -248с.
174. Ыйм Х., Салувеер М. Фреймы в лингвистических описаниях//Категории искусственного интеллекта в лингвистической семантике. Фреймы и сценарии. — Quaderni di semantics, 1985. — М., 1987. — С.295 —305.
175. Bamgbose A. (2001) .World Englishes and globalization. World Englishes, 20(3), 2001.- p.119-131

176. Cannon G. Chinese Borrowings in English// American Speech, 1988.- p. 63
177. Carol M. Neurolinguistic Processing in Bilingualism and Second Language // Research in Second Language Acquisition. Rowley: Newbury, 1980.- P. 81–88.
178. Cook G. The Discourse of Advertising. – London and New York: Routledge, 1992. – 250 p.
179. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of the English Language. 2nd ed., Cambridge University Press, 2003. – 225p.
180. Dijk, T.A. van. Strategie of Discourse Comprehension. – New York: Academic Press, 1983. – 418 p.
181. Doing business with China. <http://www.culturewise.net>. ЭР
182. Foucault M. On the genealogy of ethics: an overview of work in progress: beyond structuralism and hermeneutics. Chicago: Chicago University Press, 1983. P. 229–252.
183. Gregory M., Carroll S. Language & situation: language varieties & their social contexts. – London: Routledge & Kegan Paul, 1978. – 113 p.
184. Hatch E. Discourse and Language Education.-Cambridge: Univ. Press, 1992. - 333 p.
185. Hatim B., Mason I. Discourse and the translator. – London: Longman Group Limited, 1990. – 258 p.
186. Hinkel E. Simplicity without elegance: Features of sentences in L1 and L2 Academic texts // TESOL Quarterly. Vol. 37. No. 2. 2003. P. 275-301.
187. Hofstede G. Culture's Consequences, International Differences in Work Related Values, Sage, 1980.
188. L'Homme, Marie-Claude. A Lexico-semantic Approach to the Structuring of Terminology.- 3rd International Workshop on Computational Terminology. Geneva. Switzerland, 2004.-p 7-13.
189. Hu W. Indirectness Revisited: On the Communicative Style in Two Types of Chinese Letters// Aspects of International Communication. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press, 1999.- P.28-37

190. Huang. Y. (2011) Chinese Tour Guides' Strategies in Intercultural Communication – Implications for Language Teaching and Tourism Education. *Journal of Language Teaching and Research* (2) (1), 146-150
191. Jacob M., Strutt P. *English for International tourism.*- Pearson Education ltd.: Longman, 2007.
192. Kachru, B. B. (1992) *The Other Tongue, English across Cultures.* University Illinois Press, 1992.- 368 p. (pp.355 – 365)..
193. Krauss R. M., Fussell S.R. *Models of Interpersonal Communication.* — US: Columb. Univ. & Miss. State Univ., 1995. - 146 p.
194. Lomine L., Edmunds J. *Key concepts in tourism.*- Palgrave Macmillan, 2007.
195. Rivers W. M. *Comprehension and Production in Interactive Language Teaching // The Modern Language Journal.* 1986. № 70/1. P. 17–21.
196. Schiffrin Deborah. *Everyday Argument: the Organization of Diversity in Talk // V3.Disciplines of Discourse.* Ed. by T.A. van Dijk. L., etc. 1985. P.35-46.
197. Tracy K. *Discourse Analysis in Communication//The Handbook of Discourse Analysis.* Ed by D. Shiffrin. 2002.P. 725-750.
198. Tsai M. Ch. (2012) *Investigating language at the interface.* Kaohsiung: Center for the Humanities at National Sun Yatsen University, 213 — 231
199. Wenzhong L. *China English and Chinglish// Foreign Language Teaching and Research,* 1993.-P.4
200. Wittgenstein L. *Philosophical Investigations.* 2011. P.366–370
201. Yule G., Tarone E. *Eliciting the Performance of Strategic Competence // Developing Communicative Competence in a Second Language / Scarcella R.C., Andersen E.S., Krashen S.D. (Eds.). – Boston: Heinle & Heinle Publishers, 1990. – P. 179-194.*