

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-10-2.33>

Хутыз Ирина Павловна

КОММУНИКАТИВНЫЕ КАТЕГОРИИ И СТРАТЕГИИ ЛЕКЦИОННОГО ДИСКУРСА

Цель представленной статьи - выявить коммуникативные категории и стратегии, которые используются известными российскими учёными-лингвистами в лекционном дискурсе и способствуют эффективной передаче информации. Материалом исследования выступают три лекции (общей продолжительностью 210 минут), изученные с помощью дискурсивного анализа, а также методов наблюдения, систематизации и классификации. Научная новизна проведенного исследования лекционного дискурса заключается в определении коммуникативных стратегий, используемых лекторами для успешной передачи информации реципиенту. В результате анализа эмпирического материала были выделены три коммуникативные стратегии - установка контакта, разъяснения и кооперации, которые могут объединяться в основную коммуникативную категорию лекционного дискурса - категорию информирования.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2018/10-2/33.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2018. № 10(88). Ч. 2. С. 374-379. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2018/10-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

12. **Happiness** [Электронный ресурс] // Thesaurus.com. URL: <https://www.thesaurus.com/browse/happiness> (дата обращения: 20.04.2018).
13. **Happiness** [Электронный ресурс] // Vocabulary.com. URL: <https://www.vocabulary.com/dictionary/happiness> (дата обращения: 20.04.2018).
14. **Happy** [Электронный ресурс] // Online Etymology Dictionary. URL: <https://www.etymonline.com/search?q=happy> (дата обращения: 20.04.2018).

CONCEPTS “HAPPINESS” / “ДЬОЛ” IN THE ENGLISH AND YAKUT LANGUAGES

Filippova Sargylana Vasil'evna, Ph. D. in Philology

Khikhlun Aurelia Vital'evna

M.K. Ammosov North-Eastern Federal University, Yakutsk

filippova_sargylana@mail.ru

The article uses dictionary material, namely the data of etymological, explanatory, translational, synonymic and phraseological dictionaries, as the subject of the research for revealing the general and specific components of the concept “happiness” in the English and Yakut languages. The choice of the concept is not accidental, since happiness, understanding and sensation of which can be mistakenly represented as universal, in fact has an ethno-cultural specificity, is a background of culture and national consciousness. In the course of the study of the English and Yakut dictionary entries, the authors conclude that the British and the Yakuts have similarities in perception and understanding of happiness, but they have national-specific components in the content of the concept “happiness” that represent the specificity of their cultures.

Key words and phrases: linguistic consciousness; concept; ethno-specificity; conceptual content; synonymic set.

УДК 81; 808.5

Дата поступления рукописи: 29.06.2018

<https://doi.org/10.30853/filmnauki.2018-10-2.33>

Цель представленной статьи – выявить коммуникативные категории и стратегии, которые используются известными российскими учёными-лингвистами в лекционном дискурсе и способствуют эффективной передаче информации. Материалом исследования выступают три лекции (общей продолжительностью 210 минут), изученные с помощью дискурсивного анализа, а также методов наблюдения, систематизации и классификации. Научная новизна проведенного исследования лекционного дискурса заключается в определении коммуникативных стратегий, используемых лекторами для успешной передачи информации реципиенту. В результате анализа эмпирического материала были выделены три коммуникативные стратегии – установка контакта, разъяснения и кооперации, которые могут объединяться в основную коммуникативную категорию лекционного дискурса – категорию информирования.

Ключевые слова и фразы: коммуникативная категория; коммуникативная стратегия; институциональная коммуникация; лекционный дискурс; интенция.

Хутыз Ирина Павловна, д. филол. н., доцент

Кубанский государственный университет, г. Краснодар

ir_khoutyz@hotmail.com

КОММУНИКАТИВНЫЕ КАТЕГОРИИ И СТРАТЕГИИ ЛЕКЦИОННОГО ДИСКУРСА

Коммуникация представляет собой сложный процесс, направленный на достижение поставленной адресантом цели. Цель формируется под воздействием интенции. В ситуациях институционального взаимодействия коммуниканты используют существующие в обществе ритуалы, регулируемые нормами общения. Очевидно, что процесс коммуникации – это сложный континуум, объединяющий многообразие вербальных и невербальных средств, которые адресант целенаправленно использует для достижения своей интенции.

В дискурсивном пространстве адресант получает желаемый от коммуникации результат посредством коммуникативных стратегий и категорий, рассмотрению которых посвящена данная статья. Материалом исследования стали лекции современных российских лингвистов общей продолжительностью 210 минут. Эти лекции были представлены в конференц-залах присутствующей аудитории; заключительная часть выступления лингвистов, посвященная ответам на вопросы, нами не рассматривалась. Мы включили в исследовательский корпус лекции этих лингвистов, так как они занимают важное место в современной российской науке, активно представляют результаты своих исследований широкой и разнообразной аудитории.

Определение особенностей лекционного дискурса, позволяющих эффективно донести информацию до значимого количества слушателей, отличается особой актуальностью в эпоху образования через всю жизнь, в контексте которой данный тип дискурса продолжает оставаться одним из наиболее популярных способов обучения в мировой практике [8; 19; 22]. Научная новизна проведенного исследования заключается в характеристике коммуникативных категорий и стратегий современного русскоязычного лекционного дискурса,

а также в обосновании того, что успех лекционного дискурса зависит от взаимопонимания, которое лектор налаживает с аудиторией.

Соответственно, цель представленного исследования состоит в том, чтобы с помощью методов дискурс-анализа, наблюдения, классификации и систематизации определить коммуникативные стратегии и категории в лекциях известных российских лингвистов и охарактеризовать средства, используемые лекторами при реализации этих стратегий. В связи с этим возникла необходимость решения следующих задач: 1) рассмотреть взаимосвязь понятий «коммуникативная категория» и «коммуникативная стратегия» и подходы к их изучению; 2) систематизировать характеристики лекционного дискурса как разновидности академического в структуре институциональной коммуникации; 3) определить коммуникативные категории и стратегии в материале исследования и выявить их специфики на конкретных примерах. Полученные результаты исследования могут применяться как лекторами в образовательной среде, так и иными профессионалами при передаче информации многочисленной аудитории.

Коммуникативная категория – совокупность установок, направленных на достижение единой цели, например трансляции вежливости, авторитетности и т.д. Коммуникативная категория формируется под воздействием правил речевого поведения и участвует в организации и/или регулировании коммуникативного процесса [5]. Так как коммуникативная категория предполагает единство коммуникативно-значимых элементов [7], в ее формировании могут участвовать как вербальные, так и невербальные средства. Лингвисты выделяют широкий спектр коммуникативных категорий и средств их выражения, например категорию вежливости [2; 5], сомнительности [7], авторитетности [1; 13] и др.

Адресант реализует коммуникативную категорию с помощью коммуникативных стратегий. Например, Г. Р. Власян отмечает, что категория вежливости конструируется в дискурсе двумя основными стратегиями – сближения или дистанцирования [2]. Е. Э. Уланова указывает, что категория авторитетности предназначена «направлять (напрямую не принуждая) действия и мысли другого человека (группы людей) по желаемому сценарию» [13, с. 124]. Как нам кажется, любая коммуникативная категория обладает направляющей функцией, выступая в роли механизма, определяющего выбор языковых и неязыковых средств при передаче информации.

Речевые средства, позволяющие реализовать коммуникативную категорию, зависят от типа дискурса и широкого контекста коммуникации. Например, А. А. Болдырева отмечает, что коммуникативная категория авторитетности представлена в научном дискурсе с помощью дискурсивных маркеров, грамотное использование которых позволяет эффективно воздействовать на сознание реципиента, его мнение, т.е. с помощью данной коммуникативной категории можно управлять отношением адресата к получаемой информации и ее источнику [1]. К маркерам авторитетности в научном дискурсе лингвист относит выражение авторского «я», оригинальные названия, специальную терминологию, юмор, иронию и др.

В дискурсе лекции учёными выделялась такая коммуникативная категория, как ясность речи [3]. Важность данной категории в жанре лекции обусловлена тем, что «учебная лекция, являясь одной из форм научного общения, преследует цели точной, логичной, однозначной и в то же время ясной, доступной для адресата передачи научного знания» [Там же, с. 4]. Данная категория также направлена на активизацию интереса к предмету лекции, что способствует эффективному усвоению информации.

Для определения и изучения коммуникативных категорий необходимо ориентироваться на анализ речевых актов и прагматического значения, транслируемого в контексте взаимодействия, поскольку исследуемый феномен зачастую не связан с «ключевой лексемой» [11], как, допустим, концепт. В этой связи определение ключевых слов, как это иногда делают лингвисты, изучая специфики коммуникативных категорий, должно быть вторичным. На первый план выходит именно понимание присутствующей в сознании содержательной стороны вербальных и невербальных средств, что позволит «выявить характер взаимодействия рассматриваемых структур в процессах порождения и понимания дискурса» [Там же, с. 192]. Таким образом, важно подчеркнуть когнитивно-прагматический характер коммуникативных категорий, которые, как и все порождаемые в процессе коммуникации значения [15], конструируются социокультурной средой коммуникантов и связаны с их картиной мира, когнитивной деятельностью, процессами восприятия и категоризации реальности.

Коммуникативная категория выступает в качестве единства, которому подчинены средства, направленные на ее реализацию. Такими средствами являются коммуникативные стратегии, объединяющие вербальные и невербальные компоненты. Коммуникативная стратегия формируется в системе определенной коммуникативной категории, которая, как уже было отмечено выше, выполняет регулирующую роль в построении коммуникативного процесса [5]. Так как целью данной статьи является выявление коммуникативных стратегий и категорий лекционного дискурса, перейдем к рассмотрению основных характеристик материала исследования, а именно жанра лекции, что является одной из поставленных нами задач.

Особенностью институционального дискурса является то, что обе стороны, вовлечённые в процесс взаимодействия, осознают его специфики – цели, способы их достижения и т.д. Лекция – жанр академического дискурса, который также является институциональным. Каждый индивид имеет определенные фоновые знания о том, как протекает лекция. Безусловно, существуют социокультурные специфики данного жанра, например, относительно степени интерактивности лектора с аудиторией, насколько допустима неформальность в поведении лектора, насколько важно использовать мультимедийные средства (презентации) и т.д., но основной функцией лекции является «усвоение слушателями дисциплинарных знаний» [9, с. 151], что достигается, по мнению Н. Рубцовой, посредством логичного, доступного и точного изложения материала [9]. Какие средства использует лектор для логичного и доступного изложения – зависит от ряда факторов, например особенностей целевой аудитории и личных предпочтений адресанта.

К характеристикам лекционного дискурса исследователи относят такие черты, как избыточность и лаконичность [Там же], интерактивность [6], индивидуальность [8], официальность, клишированность и наличие элементов разговорного стиля [10], мультимодальность [14]. Отмечается, что дискурс лекции преобразуется в силу новых специфик образовательной среды. Так, лекция приобретает черты аргументативного дискурса [8], имеет множество форматов, например традиционная лекция, лекция с участием студентов, проблемная лекция; дебаты; симуляции и ролевые игры; эмоциональная лекция с привлечением медиасредств и др. [22], которые должны избираться в соответствии с особенностями целевой аудитории. Современное информационное общество формирует специфику мышления студентов. Как следствие, у лектора появляется множество новых ролей: необходимо не просто донести информацию по теме занятия (студент может это сделать сам, найдя необходимые источники), но предлагать «примеры интерпретации и перекомбинации элементов нового знания», выводить обучающихся на новый уровень осмысления информации в системе уже имеющейся информации, что позволяет, по мнению О. С. Задориной, «преодолеть фрагментарность восприятия и перейти к целостному видению и осмыслению мира» [4, с. 123].

Контексты, в которых лектор выступает с лекцией, многообразны. Лектор выступает не только перед знакомой ему аудиторией обучающихся, но может быть приглашён представить результаты своего исследования специалистам из другой организации, на пленарном заседании, на открытой лекции, предназначенной для популяризации предмета изучения. В связи с тем, что лекция стала важнейшей формой передачи нового знания в различных институциональных ситуациях, её содержание и структура не представляются чем-то неизменным, но воспринимаются как результат творческой деятельности лектора. Например, на сайте Кардиффского университета размещена информация о том, как сделать лекции, понимаемые здесь как основное средство представления информации в высшей школе и как популярный метод обучения, – интересными и увлекательными. Отмечается, что успешная лекция способствует активному и, как следствие, эффективному процессу обучения. Манера лектора, использование викторин, проведение дискуссий, варьирование типов деятельности в ходе проведения лекции, использование технических средств, вовлечённость студентов в работу – компоненты успешной лекции, перечисленные на сайте данного университета [19].

Так как эффективность восприятия информации лекции напрямую связана с контактом, который лектору удаётся установить с адресатом, лингвисты активно интересуются дискурсивными средствами, которые помогут лектору завладеть вниманием аудитории. Значимое число подобных исследований проводится зарубежными лингвистами, которые отмечают, что для современной лекции характерно использование инклюзивного «мы», вопросов, вставок, прерывающих поток информации, ссылок на общеизвестную информацию и географических наименований, которые хорошо известны адресату и способствуют быстрому пониманию информации [21]. Для конструирования успешного академического дискурса современный американский учёный и поэт, профессор Х. Сворд рекомендует следующее: использовать конкретный язык, особенно существительные и глаголы, которые позволяют адресату визуализировать объекты, действия, взаимоотношения между ними; избавиться от лишних слов, разделяющих подлежащее и сказуемое; формулировать интересные, привлекающие внимание названия, заголовки; использовать шутки и анекдоты из собственного опыта, что позволит «очеловечить» личность лектора, придать дискурсу индивидуальность; приводить примеры и привлекать визуальные средства [24].

Исследователи лекционного дискурса отмечают важность видеосредств в процессе обучения для ясности излагаемой информации. Учёные указывают на то, что ясность достигается посредством трех основных компонентов: вовлечённости (engaging) аудитории в процесс изложения информации, трансформирования (transforming), подразумевающего преобразование имеющегося знания под воздействием полученной информации в новую систему знаний и оценок, а также активизации (activating), т.е. процесса усвоения новой информации и её применения [23]. Исходя из основного функционального назначения лекции, мы можем предположить, что коммуникативная категория информирования будет основополагающей в её системе. На реализацию данной категории, как правило, направлены все вербальные и невербальные средства, используемые лектором.

Перейдем к выявлению коммуникативных стратегий в лекционном дискурсе, с помощью которых реализуется коммуникативная категория информирования. Мы определили основные коммуникативные действия, к которым прибегают лекторы в рассматриваемом нами дискурсе, и выделили три основные стратегии: установка контакта, разъяснение и кооперация. Рассмотрим каждую из этих стратегий подробнее.

Стратегия «установка контакта» осуществляется с помощью вопросов (риторических, открытых, закрытых) (примеры 1-3, 14), инклюзивного местоимения «мы» (примеры 9, 10), местоимения-обращения «ты»/«вы» (примеры 5, 6, 8).

Пример 1: *Не знаю, насколько часто вы читаете Умберто Эко... Помните «Имя Розы»? В чем сюжет этого произведения? Нет, фильм не смотрели? Книгу не читали [17]?*

Пример 2: *И ключевым понятием для нас всегда было понятие когерентности, понятие связности. Связь чего с чем мы хотим изучать. Вот этот вопрос ставился на разных этапах по-разному. Связь чего с чем [Там же]?*

Пример 3: *Я, соответственно, к чему клоню? К тому, почему интерес такой появился, в основном это в 80-е годы было, когда был такой всплеск интереса к мозговым исследованиям, особенно в связи с тогда появившейся и получившей Нобелевскую премию историей с полушариями – правым и левым полушарием. Страшный интерес у гуманитариев к этому был. И почему? Им какое как бы дело до этого? А оказалось, что дело есть [16].*

Эти вопросы помогают не только наладить диалог с аудиторией, но и заострить её внимание на важных этапах лекции. Иногда для этой функции используются фразы-переходы, своего рода «мосты» между частями лекции (примеры 4, 5).

Пример 4: *Ну, хорошо. Давайте двигаться. Вот у меня такая карикатура есть. Мне она нравится, потому что она соединяет сразу моего любимого кота Шредингеровского и Алису* [17].

Пример 5: *А теперь, когда я вас так вот заинтересовала, я, надеюсь, заинтриговала, я хочу начать эту тему* [12].

Х. Сворд подчеркивает, что прямое обращение к аудитории с помощью местоимения ты/вы или косвенное посредством глаголов в повелительном наклонении играет важную роль в установке контакта [24] (примеры 6-8).

Пример 6: *Вы сами понимаете, что если даже их все усилия сведутся к тому, что они предотвратят хоть один теракт или спасут жизнь хоть одного человека, это уже будет достаточно* [16].

Пример 7: *Помните, фильм был такой «Воспоминание о будущем»* [Там же]...

Пример 8: *...и ты думаешь, как же ты раньше жил и его не знал, а вот теперь узнал, и оно и попадается* [12].

Местоимения «я», «мы» и формы глагола, объединяющие адресанта и адресата, лекторы привлекают для формирования поля «своих», усиления ощущения диалога с аудиторией, а также конструирования своего «я» (примеры 9, 10).

Пример 9: *Мы действительно оказались в такой ситуации... мы как лингвисты, мы как специалисты в области коммуникации* [17]...

Пример 10: *Посмотрим, что у нас делается внутри. Я попробую кое-что про это рассказать* [16].

Зачастую лекторы обращаются к аудитории словами «друзья», «коллеги» (пример 11) или глаголами во 2-м лице множественного числа («понимаете», «видите», «помните», «согласитесь», см. примеры 6, 7).

Пример 11: *Друзья, вот к этому примеру я хотела бы подойти, чуть-чуть повторив то, что я сказала выше. Я начинала с тезиса о том, что мы, исследователи, мы, теоретики, в определенный момент развития поставили под сомнение логоцентрическую «гордыню» лингвистов... Посмотрите, полно картинок, полно визуальных, кинетических, запаховых элементов, которые нам без помощи слова позволяют коммуницировать и понимать* [17].

Коммуникативная стратегия «разъяснение» реализуется с помощью перифраза (примеры 2, 12); суммирования и комментирования информации (примеры 11, 13); нарратива, часто содержащего прямую речь для привлечения внимания аудитории и объяснения основных положений лекции (пример 16); указания на сложный характер информации, ее связи с другими важными вопросами (примеры 18, 19); перечислений (пример 14).

Пример 12: *Есть еще одна очень взрывоопасная сфера. Это – негативные уничижительные этнонимы – названия национальностей* [12].

Пример 13: *Это рефлексия. В смысле взгляд на себя. Я понимаю, что надо больше читать или больше отдыхать... т.е. способность оценивать то, что ты делаешь. Такой метанавык* [16].

Пример 14: *Что с этим делать? Варианта два. Вариант первый – вписать его в физическую картину мира как-то. Ничего не выходит. Вариант второй ещё хуже, а именно: поменять физическую картину мира* [Там же].

Нарратив используют активно все три лектора (примеры 15-17). Данная тактика была отмечена ранее как очень эффективная при разъяснении сложных научных понятий особенно разнородной аудитории [18]. Интересно, что все лекторы снабжают свой нарратив прямой речью, чтобы придать своей истории яркую эмоциональную составляющую.

Пример 15: *Короче, я была в Японии, читала там лекции. Япония – это, конечно, другой мир, другая культура, я ко всему была готова. Началось все с некоторого фиаско, потому что я пришла читать лекции на факультет международных отношений в университете Хоккайдо в городе Саппоро в первый раз* [12].

Пример 16: *И судебного продолжения дело не имело, потому что задержанные люди сказали: «А в чем собственно дело? Что вы к нам пристали? Что мы такое сделали? Мы приклеили стикер? Ханты-Мансийский автономный округ – это тундра, полно комаров. Что вы к нам пристали? Что мы сказали не так? Что мы сделали не так? Что в протоколе вы хотите написать?»* [17].

Пример 17: *Мир неправильно расчленен... У меня у самой был такой опыт. Мы были у друзей на даче. Пошли гулять... и проходили мимо какого-то садоводства, и там ворота были кошмарные. И там большими железными буквами было написано: «Посторонним садоводам вход воспрещен»* [16].

Сложный и многоярусный, важный характер информации лекторы подчеркивают ее связью с другими актуальными темами. Возможно, таким образом лекторы стимулируют интерес у аудитории к предмету лекции и к своей деятельности (примеры 18, 19).

Пример 18: *Я буду два языка использовать: русский, мой родной, и английский, мой неродной, изучаемый бесконечно и никогда не изученный до конца... но это уже тема по методике преподавания иностранных языков, это другая тема* [12]...

Пример 19: *Они нашли локусы в геноме, которые связаны с интеллектуальными способностями, т.е. они нашли генетические показатели врожденного интеллекта. Это я к тому, о чем я сегодня говорить не буду, но в разных лекциях не раз говорила* [16].

Наконец, стратегия кооперации достигается с помощью «очеловечивания» лектора посредством использования фактов из личной жизни (примеры 24, 25), обсуждения вопросов на отвлеченные темы и др. (примеры 23, 24); объяснения лектором своих действий, намерений при изложении материала (примеры 22, 24); вопросов о комфорте аудитории (примеры 20-22).

Пример 20: *Сколько у меня еще времени? <...> Друзья, я еще раз возвращаюсь к этому утверждению [17].*

Пример 21: *Сейчас я буду пояснять эту мысль и, кстати говоря, презентацию, если вы хотите, я вам ее здесь оставляю или куда-нибудь переishлю [Там же].*

Пример 22: *Вам меня хорошо слышно? Не слишком ли там громко? Ничего там не фонит, не пищит? Нормально, да? Я постараюсь вас не разочаровать. Я хочу оставить место для вопросов, потому что я люблю отвечать на вопросы, это как-то интересней, чем самой рассказывать [12].*

Пример 23: *Тут такие слова говорят. Я все время даже думаю, в порядке ли у меня психика. Потому что я в последнее время слушаю такие слова, и совершенно никак у меня это со мной собой, я вам клянусь, что я говорю правду, не ассоциируется [16]...*

Пример 24: *Я имела неосторожность в компьютере поискать какую-то сумку определенную. Боже!.. С тех пор прошел год, и он мне всё время подкидывает разнообразные сумки; я давно не планирую, ну, и не знаю, что мне делать. Ну, вы же знаете это всё [Там же].*

Пример 25: *У меня большая, как вы поняли, коллекция внуков. У меня семь внуков и одна правнучка, потому что старшему внуку уже 25 лет, и он имеет девочку... поэтому я хорошо знаю мир маленьких детей [12].*

Итак, мы можем отметить, что лекционный дискурс – это не монотонный и непрерывный монолог, а эмоциональное общение с аудиторией, постоянное соотношение передаваемой информации и знаний аудитории, ее интересов. Общение лектора и аудитории сопровождается визуальными средствами, способствующими наглядности обсуждаемых примеров, их запоминанию. В эмпирическом корпусе мы выделили коммуникативную категорию информирования, которая осуществляется с помощью трех основных коммуникативных стратегий – установки контакта, разъяснения и кооперации. Отметим, что, как правило, лекторы одновременно реализуют несколько стратегий, например разъяснения и установки контакта (примеры 4, 11). На подобную многофункциональность отрезков лекционного дискурса указывали и англоязычные исследователи, которые отмечали, что один и тот же пример может стать как призывом к тишине и кооперации, так и налаживанием взаимопонимания и, соответственно, диалога [20].

Некоторые исследователи отмечают важность стратегии самопрезентации в лекционном дискурсе, которая направлена на конструирование положительного имиджа лектора и служит «инструментом создания необходимого впечатления о себе», своего рода саморекламой [10, с. 129]. Подчеркнем, что в рассмотренном эмпирическом материале мы не обнаружили яркого проявления данной стратегии. Отмечаемые ранее [10] тактики заискивания, приведения примеров, саморекламы, которые репрезентируют данную стратегию, мы интерпретируем не как средства самопрезентации, а как инструменты налаживания контакта с аудиторией и разъяснения информации. Также важно подчеркнуть, что стратегия кооперации обладает смыслонаправленной ролью: лектор все время «примеряет» информацию на целевую аудиторию, решает, какую информацию добавлять, какие комментарии и примеры использовать.

Лекционный дискурс как жанр академического сочетает в себе множество характеристик, которые, на первый взгляд, могут казаться противоположными, например клишированность и спонтанность, предсказуемость и индивидуальность. Основной коммуникативной категорией лекционного дискурса является информирующая, посредством которой могут реализоваться и другие категории (например, авторитетность). Выделенные нами в дискурсе лекции коммуникативные стратегии направлены на осуществление основной функции лекции, а именно передачу лектором информации по определенной теме и эффективное усвоение реципиентом данной информации.

Список источников

1. **Болдырева А. А.** Категория авторитетности в научном дискурсе: дисс. ... к. филол. н. Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2006. 182 с.
2. **Власян Г. Р.** Коммуникативная категория вежливости: проблема интерпретации // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 33 (248). Вып. 60. С. 36-38.
3. **Дронова Г. Е.** Коммуникативная категория «Ясность речи» в жанре лекции: автореф. дисс. ... к. филол. н. Екатеринбург: Уральский гос. ун-т им. А. М. Горького, 2006. 22 с.
4. **Задорина О. С.** Вузовская лекция в контексте современной ситуации в образовании // Педагогическое образование в России. 2012. № 4. С. 121-124.
5. **Карабань Н. А.** Содержание и структура коммуникативной категории вежливости // Грани познания. 2010. № 1 (6). С. 42-44.
6. **Кузнецов М. В.** Интерактивная лекция как методическая среда для развития речевых умений в их комбинации // Вестник Тамбовского университета. Серия «Гуманитарные науки». 2011. Вып. 8. С. 103-108.
7. **Панченко Н. Н.** Реализация коммуникативной категории «сомнительность» в дискурсе // Lingua mobilis. 2012. № 2 (35). С. 67-73.
8. **Роботова А. С.** Университетская лекция: прошлое, настоящее, будущее // Высшее образование в России. 2011. № 4. С. 127-133.
9. **Рубцова Н.** Об информационной избыточности лекционного курса // Высшее образование в России. 2006. № 7. С. 151-152.

10. **Сорокина Ю. В.** Убеждающие и защитные тактики коммуникативной стратегии самопрезентации в лекционном дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 16 (345). С. 128-131.
11. **Тахтарова С. С.** Коммуникативные категории в когнитивно-дискурсивной парадигме // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2017. Т. 16. № 2. С. 189-196.
12. **Тер-Минасова Г. Г.** Язык, коммуникация и национальная безопасность [Электронный ресурс]: открытая лекция от 28.04.2014. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=t6MfsR5mOus> (дата обращения: 02.08.2018).
13. **Уланова Е. Э.** Коммуникативная категория авторитетности в системе речевого поведения // Филология и человек. 2017. № 2. С. 120-125.
14. **Хутыз И. П.** Мульти-modalность академического дискурса как условие его коммуникативной успешности // Вестник Адыгейского государственного университета. 2016. Вып. 1 (172). С. 90-95.
15. **Хутыз И. П., Духовная Т. В.** О когнитивной природе формирования и интерпретации прагматического значения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 1 (79). Ч. 2. С. 390-392.
16. **Черниговская Т. В.** Мозг – Великий обманщик. Как мозг нас обманывает [Электронный ресурс]: лекция в компании BioCard от 03.06.2017. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=t2FyA5eiUQI> (дата обращения: 02.08.2018).
17. **Чернявская В. Е.** Возможна ли безъязыковая коммуникация: поликодовый текст [Электронный ресурс]: открытая лекция. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DmYGt0aj5lw> (дата обращения: 19.06.2018).
18. **Dahlstrom M.** Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences [Электронный ресурс]. URL: http://www.pnas.org/content/111/Supplement_4/13614 (дата обращения: 03.08.2018).
19. **Delivering Lectures** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cardiff.ac.uk/learning-hub/supporting-your-teaching/delivering-lectures> (дата обращения: 02.08.2018).
20. **Derooy K., Taverniers M.** A corpus based study of lecture functions // Moderna språk. 2011. № 2. P. 2-22.
21. **Fortanet I.** Enhancing the speaker-audience relationship in academic lectures // Current trends in intercultural cognitive and social pragmatics. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2004. P. 83-96.
22. **Frederick P. J.** The lively lecture – 8 variations // College Teaching. 1986. Vol. 34. Iss. 2. P. 43-50.
23. **Suciu L., Simon S.** Informing strategies: building the communication framework // Social and Behavioral Sciences. 2015. № 197. P. 1246-1249.
24. **Sword H.** Stylish Academic Writing. Cambridge: Harvard University Press, 2012. 240 p.

COMMUNICATIVE CATEGORIES AND STRATEGIES OF LECTURE DISCOURSE

Khutyz Irina Pavlovna, Doctor in Philology, Associate Professor
Kuban State University, Krasnodar
ir_khutyz@hotmail.com

The objective of the article is to identify the communicative categories and strategies that are used by well-known Russian linguists in lecture discourse and contribute to the effective transmission of information. The material of the research is three lectures (total duration of 210 minutes) studied through the discursive analysis, as well as the methods of observation, systematization and classification. Scientific novelty of the conducted study of lecture discourse is to determine the communicative strategies used by lecturers for the successful transmission of information to the recipient. As a result of the empirical material analysis, three communicative strategies have been identified – establishment of contact, clarification and cooperation, which can be combined into the main communicative category of the lecture discourse – the informing category.

Key words and phrases: communicative category; communicative strategy; institutional communication; lecture discourse; intention.

УДК 81'42

Дата поступления рукописи: 22.07.2018

<https://doi.org/10.30853/filmnauki.2018-10-2.34>

В статье раскрывается специфика применения дискурсивных технологий в современной политической коммуникации Германии, что обуславливает необходимость анализа параметра технологичности как одного из прототипических параметров политического дискурса. Дискурсивные технологии, которым свойственны закрытость и недоступность, являются инструментом усиления влияния, а значит, позволяют немецким политикам с помощью политехнологов как посредников осуществлять эффективную политическую коммуникацию и достигать как коммуникативных, так и посткоммуникативных целей в борьбе за власть.

Ключевые слова и фразы: технологизация; технологии; технологичность; политический дискурс; дискурсивные технологии; субъект политического дискурса.

Цуциева Мария Геннадьевна, к. пед. н., доцент

Военная академия связи имени Маршала Советского Союза С. М. Буденного, г. Санкт-Петербург
Maria-TS@yandex.ru

ДИСКУРСИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОВРЕМЕННОЙ НЕМЕЦКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Понятие технологий, политических технологий тесно связано с современным политическим дискурсом и деятельностью его основных субъектов. Для достижения основной цели политиков – победы в борьбе