

УДК 378:372.881.1

ББК 74.58:81.2

**Tsoy Alla Ignatievna**,  
candidate of pedagogical sciences, associate professor,  
head of the department of foreign languages  
of Volgograd Business Institute,  
Volgograd,  
e-mail: alights@mail.ru

**Belousova Elena Andreevna**,  
candidate of philology, associate professor  
of the department of foreign language  
of Volgograd Business Institute,  
Volgograd,  
e-mail: yushik714@mail.ru

**Цой Алла Игнатъевна**,  
канд. пед. наук, доцент,  
зав. кафедрой иностранных языков  
Волгоградского института бизнеса,  
г. Волгоград,  
e-mail: allavolgograd@mail.ru

**Белюсова Елена Андреевна**,  
канд. филол. наук, доцент  
кафедры иностранных языков  
Волгоградского института бизнеса,  
г. Волгоград,  
e-mail: yushik714@mail.ru

## ЭМОТИВНАЯ ДИНАМИЧНОСТЬ СТИЛЯ СОВРЕМЕННОЙ ДЕЛОВОЙ ПЕРЕПИСКИ

### EMOTIVE DYNAMIC STYLE OF MODERN BUSINESS LETTERS

13.00.01 – Общая педагогика, история педагогики и образования

13.00.01 – General pedagogy, history of pedagogy and education

*В статье рассматривается сущность динамичности стиля современного делового общения, делается акцент на эмотивной составляющей процесса коммуникации. Представлен авторский взгляд на проблему делового общения в современных условиях развития общества. Статья содержит примеры на русском и английском языках, отражающие особенности реального общения в бизнес-сфере. Делается акцент на развитие сравнительно нового направления в современной науке — неориторика. Заслуживает внимание вывод авторов статьи о необходимости учета развития всех сторон межличностной профессиональной коммуникации в процессе преподавания филологических дисциплин в средних профессиональных и высших учебных заведениях.*

*This article examines emotive dynamic style of modern business communication. Emotive communication is emphasized. The authors' idea of the issue of business communication in the modern conditions of society development is presented. There are some examples of Russian and English texts of actual business communication. Neorhetoric is presented as a new branch of the modern science. The authors of the article point out that all fields of the personal professional communication must be considered in teaching philological subjects at the institutes and colleges.*

*Ключевые слова: преподавание, иностранные языки, эмотивность, неориторика, стиль, лингводидактика, лингвистика, коммуникация, бизнес коммуникация, деловая переписка.*

*Keywords: teaching, foreign languages, emotive, neorhetoric, style, linguadidactics, linguistics, communication, business communication, business letters.*

В данной статье представлен авторский взгляд на проблему делового общения в современных условиях развития общества. Возрастает роль и значимость преподавания основ деловой коммуникации на родном

и иностранном языках в средних профессиональных и высших учебных заведениях. Важно понимание сущности языкового явления для целостного восприятия и организации учебного процесса.

**Научная новизна** — расширить представление о коммуникативной компетенции обучающихся. **Цель** — раскрыть специфику эмотивной динамичности стиля деловой переписки. **Задачи** исследования: охарактеризовать эмотивную динамичность стиля деловой переписки как составляющую коммуникативной компетенции студентов; представить авторский взгляд на проблему развития стиля делового общения; расширить педагогическое знание о профессиональной подготовке будущих специалистов за счет изучения лингвистических понятий.

Динамичность стиля современного делового общения реализуется посредством проникновения в него разговорно-бытовых элементов. В данной статье раскрываются основные черты проявления такого динамизма на примере текстов современной деловой англоязычной переписки и объясняются причины этого явления. Важность коммуникативной составляющей в современном бизнес-образовании не вызывает сомнения [1]. Более того, научный факт эмотивности бизнес-текстов сегодня имеет международный масштаб проявления и потому не может не получить отражения в методической системе преподавания таких дисциплин, как «Деловое общение», «Деловой английский язык», «Риторика» и прочее. Цель статьи — показать динамику нормы от рациональности делового стиля к его возрастающей эмотивности.

Под термином «эмотивность» мы, вслед за В. И. Шаховским, понимаем «...имманентно присущее языку свойство выражать системой своих средств эмоциональность как факт психики; отраженные в семантике языковых единиц социальные и индивидуальные эмоции» [2].

Следует указать, что деловая переписка как жанр является частью значительного комплекса, именуемого «Бизнес-коммуникация». Под последней сегодня, в XXI веке, следует понимать «...коммуникативное взаимодействие участников бизнес-деятельности, основанное на интересе —

получении материальной выгоды. Мотивы участников бизнес-коммуникации всегда сопровождаются эмоциями и чувствами. Триада «интерес — мотив — эмоция» позволяет говорить об эмотивности современной бизнес-коммуникации» [3].

Деловая переписка как на русском, так и на английском языках реализуется посредством официально-делового стиля. Последний одной из отличительных черт всегда имел минимальное эмоциональное наполнение, что определялось стремлением к объективности и уровнем серьезности материала (документы и устное официальное общение в сфере экономики, юриспруденции, производства, политики и т. п.).

Указанные черты весьма продолжительное время были статичны. Так, Д. Н. Шмелев отмечает «...неизменный, застывший характер, архаичность лексического состава и синтаксического оформления деловых текстов» [4]. В то же время исследователь отмечает, что в деловом общении в последнее время наблюдается появление элементов других стилей, в основном разговорно-обиходного. Д. Н. Шмелев пишет, что «...в диалог на специальную тему могут врываться элементы разговорной обиходной речи», и такой диалог не утрачивает свою стилистическую принадлежность. Вкрапления иностилевых элементов в деловой стиль являются, по мнению Д. Н. Шмелева, неполным проявлением стиля и свидетельствуют о контаминации речевых средств, вызванной формой общения, а не окончательным переключением речи в иную стилистическую сферу [4]. Данное явление объясняется исследователем непосредственностью общения, реальным присутствием собеседника, характером обстановки, в которой протекает общение [4].

На наш взгляд, причины проявления эмотивности строгого официально-делового стиля несколько существеннее. Сегодня, в период постпостмодерна, практически все слои европейского общества существуют по принципу гедонизма. Об этом неоднократно писали Ж.-Ф. Лиотар, В. В. Ильин, А. Марков и многие другие. Античная теория прославления личных удовольствий в наши дни максимально полно реализуется на практике в мировом масштабе. Так что и скромный бюджетный служащий, и обеспеченный олигарх — каждый на своем уровне возможностей — во главу угла ставит свои эмоции, чувства, не забывая об ощущении собственной власти (иллюзорном или реальном) и практике потребления. Человек, так или иначе, всегда говорит о том, о чем он думает. И, если эмоции для современного человека стали жизненной доминантой, они не могут не выплескиваться в речь даже в таких сферах общения, которые прежде отличались строгой академичностью и особенной сдержанностью. Не стала исключением и сфера деловой переписки.

Более того, постпостмодерну досталось в наследство падение авторитетности таких важнейших метанарративов, как семья, труд, истинный патриотизм и т. п. Падение авторитетности не могло не коснуться и таких категорий, как почетное отношение к учителям, врачам, директорам, президентам. Сегодня не просто упраздняется использование отчества в официальном общении, что прежде было неотъемлемым знаком уважения и почтения, а даже допускается и чересчур вольное обращение, например к главе государства в СМИ (о Д. А. Медведеве — «Привет, Медвед»; о В. В. Путине — «Вова», на американском YouTube не совсем этичные юмористические видеоролики с «участием» Барака Обамы, Дональда Трампа и т. п.).

Безусловно, такие тенденции развенчания неприкосновенного авторитета формируются с сомнительной целью сблизить авторитеты с простым народом, показать, что власть — это такие же люди, как и все. Результатом становится массовое пренебрежение правилами академической этики в официально-деловом стиле, где, по новым представлениям, все «свои» или «потенциально свои».

Более того, непредусмотренный классическими правилами эмоциональный шквал в деловой сфере активно поддерживается теоретиками неориторики. Последние, давая рекомендации по максимально эффективному построению деловой речи (и в письменном, и в устном формате) в один голос настаивают употреблять не только логические, но и эмоциональные топоры с ведущей ставкой на последнее. Чтобы получить желаемое от делового партнера, рекомендуют максимально полно обращаться к личным эмоциям и чувствам последнего. Однако уровень просвещенности в этом вопросе постоянно растет, и потому все чаще всплывают рекомендации по сложному воздействию на эмоциональную сферу делового оппонента и даже на его сферу подсознательного, включающие использование инструментария НЛП, легкого гипноза, и подобные приемы, которые приверженцы классических основ относят к «черной риторике», то есть к запрещенным приемам. В зависимости от ситуации через эмоциональную сферу адресату пытаются внушить, что адресант для него — свой человек, убедить его в том, что именно адресанта заботят личные проблемы адресата, и что адресант — единственный, кто может их решить и т. п. Все рекомендации на счет обращения к эмоциональной сфере делового оппонента, так или иначе, сводятся к одной мысли: в современном мире наличествует глобальный дефицит на НАСТОЯЩИЕ эмоции, так дайте их вашему деловому партнеру, даже через формат банковского договора, и он пойдет за вами, даже при самой высокой кредитной ставке.

Как видим, массовое стремление к эмоционализации во всех сферах человеческой деятельности, включая и деловую, делает вполне естественным вкрапление в бизнес-тексты разговорно-бытовых (то есть личностно-эмоциональных) элементов с единственной целью — через воздействие на эмоциональную сферу адресата получить желаемое — деньги.

Безусловно, в разных языках процесс эмоционализации делового общения происходит с разной интенсивностью в силу своих внутренних законов развития языка и внутригосударственных общественно-политических условий.

Рассмотрим динамичность стиля деловой переписки на английском языке. Комплексное изучение стиля английского языка мы находим в работах И. Р. Гальперина, И. В. Арнольд, Ю. М. Скребнева, В. А. Кухоренко, Н. М. Разинкиной, О. П. Воробьевой и др.

Так, И. Р. Гальперин еще в 1958 году говорил, что система речевых стилей английского языка постоянно развивается [5]. Более того, он отмечал тенденцию к стиранию резких границ между стилями речи. Исследователь подчеркивал, что стирание граней между отдельными стилями в английском языке происходит не так интенсивно, как в русском: речевые стили в английском языке проявляют большую устойчивость и сопротивляемость. Так, в любом англоязычном деловом документе до сих пор можно встретить употребление таких слов, как *hereby*, *henceforth*, *aforesaid*, *beg to inform* и др. И. Р. Гальперин комментирует это явление следующим образом. Язык деловых документов английского языка отражает наиболее архаические

стороны общественных отношений. Англичане заявляют, что многие их законы не менялись в течение последних 600 лет. И мы видим, как особенное отношение англичан к прежним основам проявилось и в содержательном плане, и в формальном — автоматически сохранилось большое количество архаических слов и выражений в языке английских документов.

Безусловно, в прежних англоязычных бизнес-текстах имеет место (хоть и небольшое) эмоционально-окрашенная лексика (например, формулы обращения *Dear Sir, dear Sirs, Yours very truly, Yours faithfully, Yours respectfully*). Однако в среде деловой речи эмоциональные элементы теряют свою чувственную функцию и становятся условными формулами обращения, формальным выражением протокольной вежливости, сопровождающим просьбу, отказ, заключения и т. д. Однако повторимся, подобные эмотивные элементы были представлены в минимальном объеме. И. Р. Гальперин отмечал, что стиль официальных документов в английском языке «... стоит на грани почти безличного творчества. Индивидуальная манера выражения здесь почти полностью отсутствует» [5]. Проявление индивидуального в официальных документах рассматривалось им как нарушение установленных норм данного стиля. Приведем в качестве примера отрывки из переписки деловых партнеров, обсуждающих международный контракт.

#### Delivery of non-conforming Goods or Goods with Defective Title

Delivery does not conform with the contract if, taking into account the terms in section III., at the time the risk passes the packaging, quantity, quality or the description of the goods is significantly different to the specifications laid down in the written acknowledgement of the order, or in the absence of agreed specifications, the goods are not fit for the purpose which is usual in Mainburg/Germany. Irrespective of the legal requirements applicable in Mainburg/Germany, the delivery conforms with the contract, to the extent that the legal requirements applicable at the place of business of the customer do not impede the usual use of the goods. Second-hand goods are delivered without any liability for their conformity.

Однако проведенный анализ текстов деловой переписки на английском языке показал, что на современном этапе наблюдается тенденция к персонификации делового общения, то есть проявлению индивидуального личного компонента. В большинстве случаев это связано с выражением своего эмоционального отношения к ситуации или воздействием на эмоциональный настрой адресата. Рассмотрим примеры деловой переписки частных банков и их клиентов.

Пример 1. Клиент обращается в банк с жалобой на ошибку в его кредитной истории, допущенную этим банком, и просит все исправить. Он пишет:

I recently received the copy of my history that I had requested from you three months ago. I am now writing to complain about the numerous inaccuracies that appear in that report.

The most glaring error is that I do not even have a credit card through the XXXX Bank. Thus, the history of late payments on this account should not apply to my credit history.

I have corrected the other errors that I found on your credit report and am returning the report to you so that you can enter the correct information.

В данном примере более чем очевиден недовольно-раздраженный тон письма. Автор не скрывает своих чувств,

которые вербализуются эксплицитно и маркируются прямым указанием на эмоцию (*I am now writing to complain about...*), эпитетами и превосходной степенью сравнения (*numerous inaccuracies, the most glaring error*), побудительными предложениями (*I... am returning the report to you so that you can enter the correct information*).

Пример 2. Банк информирует клиента об отказе ему в праве на получение кредита.

Thank you for taking the time to apply for credit at XXXXX. I'm sorry to inform you that we are unable to grant you the credit line you requested. We are grateful for your interest in our office supplies store and welcome your business, but I am afraid that your current debt situation suggests that your ability to take on additional monthly payments could put you in difficult financial straits.

When you have paid down some of your outstanding debt, or your cash flow situation changes, we would be glad to reconsider your credit application. We will, of course, welcome the opportunity to provide you with quality products and services and continue to do business on a cash basis.

Для банка важно не потерять своих клиентов, поэтому для смягчения отрицательного тона письма-отказа адресант использует эмотивные средства воздействия на адресата: выражение благодарности и извинения (*Thank you for taking the time... , We are grateful for your interest... , I'm sorry to inform you...*); использование вводных слов (*We will, of course, welcome the opportunity...*); употребление эпитетов с положительной коннотацией (*quality products and services*).

Таким образом, рассмотрев причины возрастающей эмотивности в международном европейском деловом общении и проследив данное явление на примере англоязычных деловых текстов, можно сказать следующее. На современном этапе к общей тенденции эмоционализации присоединяются даже наиболее устойчивые к переменам системы, такие как англоязычная деловая коммуникация. Основной чертой последней на сегодняшний день является все возрастающее внедрение индивидуальных черт, частных форм проявления стиля, выражение личных эмоций, и в этом наблюдается динамичность стилевой нормы англоязычного делового общения.

Если учесть, что процесс эмоционализации на сегодняшний день затрагивает практически все сферы человеческой профессиональной деятельности, педагогам-филологам следует очень внимательно вплетать элементы данной тенденции в методические рекомендации, подобранный практический материал и прочие элементы учебно-методических комплексов по своим дисциплинам, дабы теоретические знания были *up to date* и отражали все самые современные факты речевой действительности для полноценного применения этих знаний в профессиональной практике.

Очевидна необходимость не просто ознакомить обучающихся с такими важными коммуникативными тонкостями, но и научить студентов в совершенстве владеть ими. Дать в руки будущим бизнесменам, и этот ключ к успеху на международном уровне поможет, на наш взгляд, одну из максимально эффективных систем — «Предметно-языковое интегрированное обучение (CLIL)» [6]. Именно этот подход, успешно апробированный в Российской системе образования, доказано является одним из самых эффективных в плане передачи высшего уровня коммуникативных знаний и навыков в их динамике.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Сибирякова Т. Б. Комплексный подход к профессиональной подготовке менеджеров в современных условиях // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 3 (28). С. 246–249.
2. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж, 1987.
3. Цой А. И. Бизнес-коммуникация в аспекте эмотиологии (на примере коммуникативных ситуаций в сфере сервиса) // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 4 (29). С. 249–297.
4. Шмелев Д. Н. Русский язык в его функциональных разновидностях (к постановке проблемы). М., 1977.
5. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка. М., 1958.
6. Локтюшина Е. А., Сайтимова Т. Н. Предметно-языковое обучение как подход к профессиональному образованию // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2015. № 2 (31). С. 324–328.

## REFERENCES

1. Sibiryakova T. B. Complex Approach to the Professional Training of Managers in Modern Conditions // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2014. No. 3 (28). P. 246–249.
2. Shahovskiy V. I. Categorization of Emotions in Lexical and Semantic System of Language. Voronezh, 1987.
3. Tsoy A. I. Business Communication in Emotiology (on communicative situations in service) // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2014. No. 4 (29). P. 294–297.
4. Shmelev D. N. The Russian Language and Its Functional Types (the Definition of the Problem). M., 1977.
5. Galperin I. R. Notes at English Stylistics. M., 1958.
6. Loktyushina E. A., Saytimova T. N. Subject and Language Training as an Approach to the Professional Education // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2015. No. 2 (31). P. 324–328.

**Как цитировать статью:** Цой А. И., Белоусова Е. А. Эмотивная динамичность стиля современной деловой переписки // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2017. № 2 (39). С. 287–290.

**For citation:** Tsoy A. I., Belousova E. A. Emotive dynamic style of modern business letters // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2017. No. 2 (39). P. 287–290.

УДК 373.1:371.311.1  
ББК 74.202.15

**Cheredilina Maria Yurievna**,  
candidate of pedagogical sciences,  
associate professor of the department of individualization  
and tutoring of Moscow  
State Pedagogical  
University,  
Moscow,  
e-mail: maria.cheredilina@worldtutors.ru

**Чередилина Мария Юрьевна**,  
канд. пед. наук,  
доцент кафедры индивидуализации  
и тьюторства Московского  
государственного педагогического  
университета,  
г. Москва,  
e-mail: maria.cheredilina@worldtutors.ru

## ВИДЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ТЬЮТОРСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ В ШКОЛЕ: ПРАКТИЧЕСКИЙ КОНСТРУКТОР МОДЕЛЕЙ

### TYPES AND DIRECTIONS OF TUTOR SUPPORT AT SCHOOL: PRACTICAL MODEL DESIGNER

13.00.01 – Общая педагогика, история педагогики и образования  
13.00.01 – General pedagogy, history of pedagogy and education

*В статье представлена система классификации тьюторской деятельности по восьми параметрам, которая позволит педагогам целенаправленно планировать и эффективно осуществлять различные модели тьюторского сопровождения в зависимости от условий и задач. Особое внимание уделено характеристикам видов и направлений тьюторских действий, особенностям их практического воплощения в условиях общего образования.*

*The article presents the classification system of tutor activities by eight parameters, which will allow educators to pur-*

*posefully plan and effectively implement various models of tutor support depending on the conditions and objectives. Special attention is paid to the characteristics of the types and directions of tutor action, the peculiarities of their practical implementation in the context of general education.*

*Ключевые слова: индивидуализация образования, тьюторское сопровождение, направление тьюторского сопровождения, трудовая функция тьютора, профессиональный стандарт тьютора, общее образование, урочная деятельность, внеурочная деятельность.*