

Д. Д. Лящук

Тверской государственный университет, магистрант

Научный руководитель: д.ф.н. С.В. Мкртычян

НОВОСТИ КОМПАНИИ: ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

НОВОСТИ КОМПАНИИ могут рассматриваться как отдельный речевой жанр, который имеет определённую направленность, связанную со спецификой имиджевого дискурса. НОВОСТИ КОМПАНИИ обладают композиционной целостностью и имеют лексико-грамматические особенности.

В настоящее время вопросы, связанные с речевыми жанрами, исследуют многие лингвисты такие, как Т.А. Ван Дейк, А. Вежбицкая, В.В. Дементьев, Т.А. Демешкина, Т.В. Матвеева, К.Ф. Седов, М.Ю. Федосюк, Б.Я. Шарифуллин, Т.В. Шмелёва и др.

Как известно, родоначальником теории речевых жанров является М.М. Бахтин. Современные исследования по речевым жанрам во многом опираются на его незаконченную работу «Проблема речевых жанров» [Бахтин URL]. Под этим термином М.М. Бахтин понимал определённые, относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний.

Речевой жанр рассматривается как дискурсивная единица. Под этим термином В.Е. Чернявская понимает «текст в неразрывной связи с ситуативным контекстом, который определяет все то, что существенно для порождения данного высказывания/текста, в связи с системой коммуникативно-прагматических и когнитивных целеустановок автора, взаимодействующего с адресатом» [Чернявская 2009: 135].

В настоящее время понятие «дискурс» используется по отношению к различным сферам коммуникативной деятельности: политический дискурс, научный, юридический, дискурс СМИ, деловой дискурс, массово-информационный. Говоря о рыночной и экономической коммуникации, вводится понятие «имиджевый дискурс». Под термином имиджевый дискурс понимается совокупность текстов, которые поставляют целевой аудитории информацию, с целью продвижения товара, услуг и создания положительного имиджа организации. Иными словами, это «целенаправленное донесение информации с целью формирования необходимых представлений и регуляции общественного мнения» [Климова 2012: 152].

Данная статья посвящена изучению речевого жанра НОВОСТИ КОМПАНИИ, который рассматривается в числе речевых жанров имиджевого дискурса. Материалом послужили 30 новостных статей, взятых с сайтов двух крупных сотовых оператора: русскоязычный

МЕГАФОН и англоязычный T-Mobile. Проанализировав НОВОСТИ КОМПАНИИ с этих двух сайтов, мы выделили лингвопрагматические и лингвистические особенности. Остановимся на рассмотрении лингвопрагматической части.

Главной целью данных текстов является создание положительного имиджа компании, а также привлечение новых клиентов. Проанализировав свыше 20 текстов двух крупных мобильных операторов, можно выделить 6 основных тематических групп: улучшение в работе компании, нововведения, налаживание связей и работы на межрегиональном и международном уровнях, новости, связанные с работой персонала, а также новости о спонсировании и проведении различных мероприятий. Наибольшее количество новостей представлено о сотрудничестве с крупными партнерами и о поддержке в проведении различных мероприятий.

«The Un-carrier is going BIG for Pride 2019 – as the presenting sponsor for the first-ever U.S.-based WorldPride parade;»,

«T-Mobile is committed to changing America’s communities for good, which is why the Un-carrier is continuing its partnership with Feeding America to provide families in need with food for the holidays.»,

«The T-Mobile Changemaker Challenge was inspired by America’s youth activists and developed in partnership with and sponsored by Ashoka, the world’s leading network of systems-changing social entrepreneurs.»,

«МегаФон при содействии компаний Qualcomm Technologies Inc. (дочерняя компания Qualcomm Incorporated) и Nokia впервые в России зафиксировали скорость 1,6 Гбит/с на смартфоне.»,

«МегаФон, ведущий оператор цифровых возможностей в России, и страховая компания «Сбербанк Страхование» предлагают уникальный страховой продукт для вашего «умного дома» и бытовой техники.»,

«МегаФон и крупнейшая в мире тревел-платформа Booking.com заключили уникальное соглашение, чтобы предложить своим клиентам бесплатный роуминг в 130 странах мира.»

Таблица. Сводная таблица основных тематических групп

Тип новостей	Кол-во статей Англоязычной компании T-Mobile	Кол-во статей Русскоязычной компании Мегафон
Выгодные предложения/акции	7	2
Благотворительность/оказание помощи (при землетрясении)	3	–
Новости об увеличении кол-ва клиентов	2	1

Участие в (социальных) проектах	3	1
Нововведения/новшества в техническом плане (новые технические устройства)	2	5
Улучшение качества услуг	3	6
Сотрудничество с (крупными) партнёрами	13	9
Организация мероприятий (спонсорство)	3	3
Новости о руководстве компании	–	1

Многие новости компании направлены на привлечение новых клиентов. Среди анализируемых текстов встречается 13 новостей о сотрудничестве и поддержке различных мероприятий, проводимых для молодых людей, что свидетельствует о востребованности этой категории новостей.

«В этом году на «Дикой Мяте» при поддержке МегаФона состоится Mint Music Showcase. Подобное мероприятие проводится впервые в истории российских музыкальных фестивалей.»

«T-Mobile Customers Get Exclusive \$25 Tickets to the Hottest Summer Shows»

«The Un-carrier is going BIG for Pride 2019 – as the presenting sponsor for the first-ever U.S.-based WorldPride parade; by participating in more than 60 other Pride events; and by offering everyone the opportunity to come together to give up to \$320,000 (or more!) to the LGBTQ+ community alongside Ariana Grande and others!»

Три самые частотные группы посвящены новостям о сотрудничестве, улучшениям качества услуг и нововведениям, а также акциям и выгодным предложениям.

«Free smartphones from Samsung, LG, and Motorola, for new and existing customers...»

«С июня в собственных салонах связи МегаФона стартовали продажи уникального коробочного полиса комплексного страхования для домашней бытовой техники и электроники от лидера российского страхования — компании «Сбербанк Страхование».»

«After teaming up earlier this year to verify calls made between their networks, T-Mobile and Comcast have partnered up again to protect consumers from spoofers and scammers. »

«Рекорд мобильной скорости был достигнут благодаря объединению усилий сразу трёх лидеров: МегаФон, Qualcomm и Nokia смогли продемонстрировать на обычном оборудовании скорость загрузки данных в 1,6 Гбит/с.»

«Check off your wireless wish list with Metro by T-Mobile's Black Friday

deals! Starting today, switchers can get 2 FREE phones, an Alcatel JOY TAB on us**, Amazon Prime and service on all these devices for only \$100. »*

«В честь праздника мы дарим подарок — весь июль получайте на 25% больше кэшбэка за покупки туристических услуг!»

Было проанализировано 6 статей русскоязычной компании, в которых основной темой была информация о более качественных услугах и улучшении условий пользования для клиентов данного мобильного оператора.

«Благодаря постоянной работе по усовершенствованию инфраструктуры сегодня удалось улучшить эти показатели, и только клиенты МегаФона могут воспользоваться столь высокими скоростями. На скорости 1,6 Гбит/с можно скачивать видео в формате Full HD за секунды.»

«Благодаря уникальным условиям продукта «Защита бытовой и электронной техники» у клиентов появилась возможность комплексно застраховать всю бытовую и электронную технику, находящуюся дома...»

«The development of the state-of-the-art CECs is core to the New T-Mobile's plan to put customers first and bring jobs to communities...»

Среди НОВОСТЕЙ КОМПАНИИ англоязычного оператора новости о нововведениях и улучшении услуг встречаются реже остальных. Из проанализированных статей данной теме посвящены лишь 3 новости. Основной акцент сделан на выгодных предложениях и условиях для пользователей сети: было обнаружено 7 статей, посвященных новым акциям и предложениям.

« T-Mobile customers can score exclusive deals on tickets for select regular season MLB games for all 30 Clubs – yep, that's every team! – through T-Mobile Tuesdays.»

«T-Mobile's launching holiday deals this Friday with a BOGO on Samsung Galaxy S10 and Galaxy Note10 series smartphones when you add a line. Plus, BOGOs on the LG G8 ThinQ and a sleigh full of additional deals on smartphones, tablets and watches.»

Стоит также отметить, что наименее публикуемыми оказались новости о руководстве компании. На сайте англоязычного оператора среди проанализированных НОВОСТЕЙ КОМПАНИИ статьи, посвященные данной теме, отсутствовали совсем, в то время как среди русскоязычных НОВОСТЕЙ КОМПАНИИ была проанализирована 1 статья, в которой уделяется внимание информации об изменениях в управлении компанией.

«МегаФон объявляет о том, что Александр Барунин покидает пост директора по операционным финансам и выходит из состава правления.»

Каждая новость несет определенную коммуникативную цель. Через **НОВОСТИ КОМПАНИИ** фирмы формируют образ надёжной, стабильной, конкурентоспособной компании, которая предлагает продукт по привлекательной цене или различные услуги и выгодные предложения.

Таким образом, проанализировав лингвопрагматические особенности текстов **НОВОСТИ КОМПАНИИ**, мы выявили 9 тематических групп: выгодные предложения, благотворительные акции, новости об увеличении количества клиентов, участие в социальных проектах, нововведения, новости о сотрудничестве, организации мероприятий и новости о руководстве компании. Перечисленные темы свидетельствуют о прагматической интенции, которая связана с формированием положительного имиджа компании. Проведённые подсчёты позволили выявить темы, которые являются самыми частотными: сотрудничество с крупными фирмами, улучшение качества услуг и предложения более выгодных условий. Полагаем, что именно эти темы **НОВОСТЕЙ КОМПАНИИ**, с точки зрения адресата, являются наиболее эффективными для достижения маркетинговых целей.

ЛИТЕРАТУРА

Бахтин М.М. Проблема речевых жанров [Электронный ресурс]. URL: https://www.studmed.ru/view/bahtin-mm-problema-rechevyh-zhanrov_052d6678d9c.html?page=1. (Дата обращения 28.04.2020).

Вежицкая А. Речевые жанры // Жанры речи. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж». 1997. № 1. С. 99–112.

Климова Э.Н. Имиджевый дискурс: содержание понятия и интерпретативные возможности в маркетинговых коммуникациях // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2012. №2 (88). С. 151–155.

Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М.: Либроком, 2009. 248 с.

Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов: Колледж, 1997. №1. С. 88–98.