

ДИСКУРСИВНЫЕ АСПЕКТЫ ШКОЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ: НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКИХ МАЛОФОРМАТНЫХ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТОВ

В статье рассматриваются малоформатные тексты на материале школьных административных приветствий. Административные приветствия по ряду признаков можно отнести к рекламному дискурсу, однако у них также обнаруживаются черты, характерные для образовательного дискурса, что обеспечивает постоянный интерес к исследованию такого рода малоформатных текстов.

Ключевые слова: малоформатный текст, школьный сайт, персуазивные функции, образовательный дискурс, рекламный дискурс.

Яркой чертой современного общества является особое социальное пространство, предполагающее новую форму коммуникации, а также широкие возможности накопления и переработки информации в глобальных масштабах. Всемирная компьютерная сеть Интернет является своеобразным каналом общения, «в рамках которого сложилось множество разнообразных форм: электронная почта, ICQ (служба обмена мгновенными сообщениями), форум, чат, блог и др» [3, с. 21]. Электронное общение настолько прочно вошло в повседневную жизнь, что теперь уже никого не удивляет, что у любой зарубежной или российской организации есть свой сайт, электронная страница, на которой размещается вся необходимая информация. К числу таких организаций относятся и учебные заведения – школы, колледжи, университеты и т. д.

В Великобритании у каждой школы имеется свой сайт, который создается для привлечения внимания и информирования потенциальных клиентов – учащихся и их родителей. Отличительной особенностью британских школьных сайтов является наличие административного приветственного слова, что, по мнению А.А. Харьковской, является «самым первым компонентом, привлекающим посетителей на сайте» [14, с. 383]. Эти небольшие по размеру тексты (самое объемное обращение из выборки состоит из 846 слов) можно отнести к так называемым «малоформатным текстам», широкое распространение которых является следствием одного из основных требований, предъявляемых к современному обществу, – мобильности. По мнению Г.И. Лушниковой и Н.В. Потаповой, «определить с количественной стороны понятие «малоформатный текст» в жестких границах невозможно из-за неопределенности (в количественном аспекте) значения прилагательного «малоформатный» – «имеющий небольшой формат» [9, с. 192]. В последние годы было выполнено значительное количество работ по проблематике малоформатных текстов (МФТ) [6, 7, 13, 14], что, по мнению Е.В. Турловой, внесло определенную ясность прежде всего в понимание структуры отдельных видов малоформатных текстов и их прагматической ориентации» [13, с. 104]. В современной науке о языке имеются достаточно многочисленные

* © Гагина Ю.А., 2016

Гагина Юлия Александровна (gatina80@bk.ru), кафедра английской филологии, Самарский университет, 443086, Российская Федерация, г. Самара, Московское шоссе, 34.

дефиниции МФТ, но нам представляется целесообразным использовать определение, предложенное Е.С. Кубряковой. «МФТ – есть текст обозримый и наблюдаемый в самых мелких деталях, обладающий такими важными характеристиками, как отдельность, выделенность, формальная и семантическая самодостаточность, тематическая определенность и завершенность. Более того, у подобного рода текстов ясна их информативность, их когнитивная подоплека – смысл его создания, общий его замысел и реализованный в особой языковой форме итог создания в виде особого семантического пространства» [7, с. 77]. Таким образом, целью нашего исследования является выделение и описание особенностей МФТ в рамках административного приветственного слова на британских школьных сайтах. Для достижения поставленной цели требуется решить ряд задач:

1. определить тип дискурса, к которому относятся МФТ, являющиеся объектом нашего исследования;

2. систематизировать и описать особенности дискурсов, к которым относятся МФТ, представленные административным приветственным словом на сайтах британских школьных учебных заведений.

Новизна исследования заключается в том, что, насколько нам известно, подобного рода исследования на материале приветственного слова директоров на британских школьных сайтах ранее не проводились. Материалом выборки послужили 44 директоровских приветствия, размещенные на британских школьных сайтах.

М.С. Дудникова наряду с общими характеристиками и типологическими параметрами текстовой единицы (целостность, коммуникативная установка, принцип прагматической достаточности, референтная соотнесенность с внеязыковой ситуацией, концептуальная когнитивная платформа, культурологические компоненты) выделяет набор характеристик, присущих МФТ. Это – «малый объем, интертекстуальность, синкретизм, информационная недостаточность, прагматическая функциональность особого рода и смысловая неоднозначность» [5, с. 114]. В ходе исследования было обнаружено, что характеристики директорских приветственных обращений могут быть дополнены следующими параметрами:

1. интертекстуальность и информационная недостаточность, которые вытекают из «малого объема», потому что «ключевой задачей при построении такого типа текста является наиболее адекватная передача коммуникативного замысла при сообщении минимум информации [5, с. 114]. Как утверждают Ю.Г. Синельников и Е.В. Толстолуцкая, «задача автора малоформатного текста состоит в том, чтобы передать основную идею текста в максимально сжатой и интересной форме», [12], а для получения более подробной информации необходимо просмотреть текст сайта в полном объеме;

2. прагматическая функциональность, т. к. приветственная речь директора – это не просто дань моде или традиция, а попытка заинтересовать, привлечь внимание потенциального клиента;

3. синкретизм или языковая экономия, «компрессия» или «структурно-семантическое свертывание», по Н.А. Винокурову [1], представлены в основном аббревиатурной вербализацией названий учебных заведений.

“At LVS Ascot, Senior School students are challenged and inspired inside and outside of the classroom (The Licensed Victuallers’ School).

The support our pupils experience at PGS and the challenges they encounter have a shared purpose: that each individual should be happy and successful, in that order (The Portsmouth Grammar School).

Mrs Pascoe said, “I am absolutely delighted to be joining HMSG, a school that champions all-round development of each girl” (Haberdashers’ Monmouth School for Girls)”.

Языковая экономия является прямым следствием малого объема текста, поскольку, по мнению И.Б. Лимановской, он «неизбежно влечет использование емких средств языкового воплощения» [8]. Кроме того, по мнению А.А. Харьковской, «это может

привести к смысловой неоднозначности, с одной стороны, и активизации имплицитных межтекстовых ассоциаций, — с другой» [15, с. 77].

Смысловая неоднозначность в исследуемых МФТ не была обнаружена, что вполне объяснимо, поскольку выбор учебного заведения для ребенка — слишком ответственное мероприятие, в рамках которого не предполагается множественное толкование реалий.

Директорское приветствие — это своеобразный персуазивный текст. «Персуазивным называют любое речевое действие, нацеленное на то, чтобы вызвать определенное отношение/действие реципиента» [17, с. 65]. Цель директорского приветственного слова — воздействовать на реципиента, установить с ним контакт, сформировать определенное отношение к информационному потоку, составляющему смысловое содержание этого текста. Иными словами, «функция воздействия получает преимущество над функцией информирования» [16, с. 70]. В нашем случае речь идет об убеждении потенциального клиента выбрать конкретное учебное заведение для своего ребенка, а такое воздействие на адресата «с целью побуждения к совершению им выгодных для адресата действий, является главной целью рекламного сообщения», по мнению И.В. Приваловой [11, с. 97]. Таким образом, приветственное административное слово можно отнести к разновидности рекламного дискурса. Кроме того, базовые стратегии, используемые в приветственной речи школьного администратора-руководителя, могут быть охарактеризованы как «контактоустанавливающая, информативная, воздействующая, оценочная, аргументативная, контролирующая (регулирующая действия адресата)» [4, с. 10]. Однако необходимо помнить, что административное приветствие — это своеобразная реклама учебного заведения, поэтому вполне возможно предположить, что директорское приветственное слово относится и к образовательному дискурсу, к текстам, так называемой «образовательной направленности», по определению Е.В. Копшуковой [6, с. 104]. Как утверждает Н.В. Денисова, «целью образовательного дискурса является социализация нового члена общества, при этом получение профессиональных знаний и квалификации выходит на первый план» [4, с. 10]. Она же выделяет базовые стратегии, характеризующие данный дискурс, — «контактоустанавливающая, информативная, объясняющая, оценочная, контролирующая, содействующая и организующая» [4, с. 10]. Сопоставив основные характеристики образовательного и рекламного дискурсов, мы обнаружили, что они практически совпадают. В исследуемых текстах нами были отмечены следующие стратегии вышеназванных типов дискурсов:

1. контактоустанавливающая, которая используется для привлечения внимания потенциальных клиентов, родителей и их детей, вызывая их доверие. Причем есть МФТ, где обращение адресовано только родителям. Есть сайты, где обращение адресуется как родителям, так и детям одновременно. Также встречаются тексты, где администрация обращается непосредственно к детям.

“Welcome to the Girls’ Division online! I hope that this website will give you a flavour of our vibrant and dynamic community and of the nurturing environment in which our bright, well-motivated girls blossom and thrive». « On our website we can only give you a glimpse of the life pupils enjoy in the Girls’ Division. If you haven’t visited us yet, please do come and see the school for yourselves!” (Girls’ Division Senior School)

“To fully appreciate what is special about Burgess Hill School for Girls you really need to visit us and talk to the girls themselves. Please do come and see for yourself — we will be delighted to show you around” (Burgess Hill School for Girls).

Dear Visitor, King William’s College is a unique school in a very special environment (King William’s College).

Такой тип обращений (и к детям, и к родителям одновременно) составляет 52,2 % от общего объема выборки. Наиболее часто такого рода обращения встречаются на сайтах смешанных школ (31,8 %), а наиболее редко — на сайтах школ для девочек (18,1 %). 38,6 % составляют сайты, где идет непосредственное обращение к родителям.

“There has never been a more exciting time for your daughter to join our wonderful, vibrant community” (Headington School).

“If you choose Charterhouse for your son or daughter, you will be choosing a school with four centuries of history behind it, but also one committed to being at the forefront of educational progress in the twenty-first century” (Charterhouse School).

“I warmly encourage you to visit us, with your son, to see what we have to offer and to speak with me, my colleagues and especially the boys” (Hampton School).

Непосредственное обращение к родителям присутствует, в основном, на сайтах начальных школ – 35,2 %, что легко объяснимо: дети, планирующие обучение в начальной школе, вряд ли самостоятельно будут интересоваться подобными сайтами, поэтому целесообразно обращаться к их родителям.

И, наконец, примеры МФТ, где используется непосредственное обращение к детям – 9,2 %.

“I look forward to meeting you and will be delighted to introduce you to our staff and students” (Moir House Girls School), “ I do hope you will visit us soon and see for yourself why our wonderful senior school for girls will soon feel like your second home” (Westonbirt School), “Then, if you think that you would be interested in joining The Purcell School, please do come and see us” (Purcell School), “I would like to take this opportunity to wish you well in your studies and I look forward to meeting you here at LCM” (London College of Music).

50 % примеров были зафиксированы на сайтах школ для девочек, 25 % – на сайтах школ для мальчиков и 25 % – на сайтах смешанных школ.

Следующая стратегия – информативная, она содержит информацию об учебном заведении и обусловлена целями дискурсов – просто сообщить, что собой представляет то или иное учебное заведение, «модифицировать речевое или неречевое поведение ориентируемого субъекта, снизить уровень его неопределенности в отношении сообщаемого/обсуждаемого объекта [2, с. 70].

“St Catherine’s in Twickenham combines nearly 100 years experience of Independent education” (St Catherine’s School)

“We are not a large school so everyone is someone” (Leicester High School for girls)

“For over 450 years, Hampton School has been helping boys to fulfil their potential and realise their aspirations” (Hampton School)

“The Leys is one of England’s premier independent schools” (The Leys School).

We celebrate each individual pupil; everyone has a special place at Kilgraston and everyone is part of the school (Kilgraston School).

Д.Е. Гербер поясняет, что «для успешной реализации данной стратегии в дискурсе присутствуют: точные цифры, даты, факты, что можно подтвердить следующими примерами:

Bedford is a school steeped in history, having been founded by Royal Charter back in 1552 (Bedford School).

For over 450 years, Hampton School has been helping boys to fulfil their potential and realise their aspirations (Hampton School).

Harrow was founded in 1572 under a Royal Charter granted by Queen Elizabeth I to a local landowner, John Lyon. (Harrow School).

2. цитаты:

They are encouraged to discern their purpose in life and to learn “to listen with the ear of the heart” (The Rule of St Benedict) (Worth School).

3. упоминания имен выдающихся людей, судьбы которых связаны с учебным заведением [2, с. 71].

Famous Old Harrovians include Winston Churchill and six other British Prime Ministers, the first Prime Minister of India, Pandit Nehru, as well as poets and writers as diverse as Byron, Sheridan and Trollope (Harrow School).

The school was founded by William Waynflete (Magdalen College School)

Эти даты, значимые имена собственные, цитаты являются прецедентными именами, «вербализированными кодами культурной информации», которые позволяют считать МФТ «целостными культурными образованиями» [10].

Вся информация излагается аргументированно и доступно, что позволяет клиенту максимально сосредоточиться на предлагаемой услуге, а также создать положительный образ учебного заведения. Оценочная стратегия, по мнению Н.В. Денисовой, «направлена на освещение достоинств, предоставляемых образовательных услуг и их преимуществ перед другими сходными услугами» [4, с. 11]. Эта характеристика представляет субъективную оценку сообщаемой информации, помогает доказать превосходство этого учебного заведения над другими. При реализации этой стратегии широко используются оценочные прилагательные с положительной коннотацией:

“It is a privilege to be the Head of such a wonderful school” (Burgess Hill School for Girls)

There has never been a more exciting time for your daughter to join our wonderful, vibrant community. (Headington School)

Прилагательные в превосходной степени:

“I am absolutely delighted to be joining HMSG, a school that champions all-round development of each girl” (Haberdashers’ Monmouth School for Girls)

We understand that the best learning takes place when girls feel cherished, understood and secure (Bolton School)

Following the motto “There is more in you than you think”, the school aims to develop every facet of every individual to its fullest extent (Cobham Hall)

Кроме того, оценочная или аксиологическая стратегия может реализоваться посредством восклицательных предложений, глаголов в повелительном наклонении.

Welcome to the Girls’ Division online! (Bolton School)

Welcome to our website! (Trinity School)

Please do come and see for yourself - we will be delighted to show you around (Burgess Hill School for Girls).

I warmly encourage you to visit us, with your son (Hampton School).

Наконец, контролирующая/регулятивная стратегия направлена на контроль поведения потенциальных клиентов и координирования учебного процесса.

My responsibility is to ensure that we fulfil our aims and build on our achievements so as to enable current and future Alleynians to be well prepared for the challenges of life in the 21st century (Dullwich College).

We encourage a respect for learning whilst developing in every pupil a close interest in a remarkably broad number of extra curricular interests (Magdalen College School).

We deliver an education that challenges, stretches and develops young men and women into leaders and assured young adults (Milton Abbey School).

Подводя итоги вышесказанному, можно заключить, что МФТ, представленные директорскими приветствиями, относятся как к рекламному, так и к образовательному дискурсу, имеют «многомерную, гетерогенную природу», несмотря на различные цели этих дискурсов [2, с. 72]. Иными словами, в подобного рода МФТ имеет место корреляция образования и рекламы, по определению В.Д. Шевченко «наложение одного дискурса на другой, в результате чего происходит их комбинирование, взаимодействие и взаимовлияние», так называемая «интерференция дискурсов» [18, с. 3].

Таким образом, наряду с общими характеристиками и типологическими параметрами текстовой единицы в результате проведенного изучения фактического материала, представленного обращениями британской школьной администрации на сайтах,

были обнаружены наборы характеристик, присущих только малоформатным текстам (МФТ). К ним можно отнести интертекстуальность и информационную недостаточность, а также прагматическую функциональность. Директорское интернет-приветствие является своеобразным персуазивным текстом, цель которого – воздействовать на реципиента, установить с ним контакт, сформировать определенное отношение к информационному потоку, составляющему смысловое содержание текста обращения. Отнести подобные МФТ можно к рекламному дискурсу, а также и к образовательному, более того – базовые стратегии этих дискурсов практически полностью совпадают. Основными стратегиями являются контактоустанавливающая, информативная, оценочная и контролирующая. МФТ в рамках административного приветствия в результате маркетинга образования имеют интердискурсивную, многомерную, гетерогенную природу, несмотря на различные цели дискурсивных составляющих.

Библиографический список

1. Винокуров Н.А. Компрессия как стилевая черта немецкой научной прозы: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. М., 1984.
2. Гербер Д.Е. Гетерогенность дискурса университетских веб-сайтов // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2014. Вып. 8. С. 67.
3. Горшкова Е.И. Реализация приемов уклонения в интернет-коммуникации (на материале англоязычных блогов) // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2013. № 2. Т. 7. С. 21.
4. Денисова Н.В. Рекламные тексты в научно-образовательной сфере (к проблеме междискурсивных взаимодействий) // Вестник Томского государственного университета. 2007. № 302. С. 10.
5. Дудникова М.С. Заглавия англоязычных телевизионных развлекательных передач в парадигме малоформатных текстов // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2011. № 2–1. Т. 13. С. 143.
6. Копшукова Е.В. Лингвистические особенности англоязычных экзаменационных демоверсий текстов для чтения (на материалах международного сертифицированного экзамена IELTS) // Вестник Самарского государственного университета. 2013. № 29(103). С. 101–106.
7. Кубрякова Е.С. О тексте и критериях его определения // Текст. Структура и семантика. М., 2001. Т. 1. С. 77.
8. Лимановская И.Б. Динамика авторских ремарок в англоязычной драме XVI–XXI веков: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Самара, 2011.
9. Лушникова Г.И., Потапова Н.В. Языковая игра в английских загадках-шутках // Вестник Кемеровского государственного университета. 2011. № 4. С. 192.
10. Непомнящих Е.А. Синтаксические конструкции малоформатных текстов в современном русском языке: лингвокультурный аспект. URL: <http://www.rad.pfu.edu.ru:8080/tmp/avtoref6038.pdf>.
11. Привалова И.В. К определению понятия «языковые маркеры национально-культурного сознания» / Язык, сознание, коммуникация. М.: МАКС Пресс, 2004. Вып. 26. С. 91.
12. Синельников Ю.Г., Толстоуцкая Е.В. Стилистические способы компрессии информации в малоформатных текстах современной французской периодике // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2011. № 6. Т. 9.
13. Турлова Е.В. Прагмалингвистические характеристики номинативной парадигмы названий англоязычных учебно-методических пособий // Вестник Оренбургского государственного университета. 2011. № 11(130). С. 100.
14. Харьковская А.А. Виртуальные «визитные карточки» современных американских и британских школ: опыт дискурс-анализа. Актуальные проблемы английского языкознания: сб. науч. статей / под ред. Т.А. Комовой, Д.С. Мухоморова. М.: МАКС Пресс, 2012. С. 383–391.
15. Харьковская А.А. Дискурсивный мир англоязычных и русскоязычных бестселлеров // Вопросы прикладной лингвистики. 2013. № 10. С. 75–88.

16. Харьковская А.А., Ефремова Т.В. Лингвосинергетический потенциал функциональной парадигмы названий произведений американского изобразительного искусства XX–XXI вв // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 11(29). Ч. 1. Тамбов: Изд-во «Грамота». С. 69–72.
17. Чернявская, В.Е., Логинова И.Ю. Программа политической партии как персуазивный текст // Известия Российского государственного педагогич. ун-та им. А.И. Герцена. 2005. № 11. С. 64–75.
18. Шевченко В.Д. Введение в теорию интерференции дискурсов: монография. Самара: СамГУПС. 2008. С. 203.

References

1. Vinokurov N.A. *Kompressiia kak stilevaia cherta nemetskoj nauchnoi prozy / N.A. Vinokurov: dis. ... kand. filolog. nauk: 10.02.20* [Compression as a stylistic feature of German learned prose: Candidate's of Philological Sciences thesis: 10.02.20]. М., 1984 [in Russian].
2. Gerber D.E. Geterogenost' diskursa universitetskikh veb-saitov [Heterogeneity of discourse of university web-sites]. *Vestnik Baltiiskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta* [IKBFU's Vestnik], 2014, Issue 8, p. 67 [in Russian].
3. Gorshkova E.I. Realizatsiia priemov ukлонeniia v internet-kommunikatsii (na materiale angloiazychnykh blogov) [Realization of procedures of evasion in Internet communication (on the material of English-language blogs)]. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina* [Vestnik of Pushkin Leningrad State University], 2013, no. 2, Vol. 7, p. 21 [in Russian].
4. Denisova N.V. Reklamnye teksty v nauchno-obrazovatel'noi sfere (k probleme mezhdiskursivnykh vzaimodeistvii) [Advertisement copies in academic sphere (on the problem of interdiscourse interactions)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Tomsk State University Journal], 2007, no. 302, p. 10 [in Russian].
5. Dudnikova M.S. Zaglaviia angloiazychnykh televizionnykh razvlekatel'nykh peredach v paradigme maloformatnykh tekstov [Titles of English-language TV entertainment events in the paradigm of small-scale texts]. *Izvestiia Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiiskoi akademii nauk* [Proceedings of the Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences], 2011, no. 2-1, Vol. 13, p. 143 [in Russian].
6. Kopshukova E.V. Lingvisticheskie osobennosti angloiazychnykh ekzamenatsionnykh demoversii tekstov dlia chteniia (na materialakh mezhdunarodnogo sertifikirovannogo ekzamena IELTS) [Linguistic peculiarities of the texts for reading based on IELTS exam demo papers]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik of Samara State University], 2013, no. 29(103), pp. 101–106 [in Russian].
7. Kubryakova E.S. O tekste i kriteriiakh ego opredeleniia [About text and criteria of its defining] in *Tekst. Struktura i semantika* [Text. Structure and semantics]. М., 2001, Vol. 1, p. 77 [in Russian].
8. Limanovskaya I.B. *Dinamika avtorskikh remarok v angloiazychnoi drame XVI–XXI vekov: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.04* [Dynamics of stage directions in English-language drama of the XVI–XXI centuries: Author's abstract of Candidate's of Philological Sciences thesis: 10.02.04]. Samara, 2011 [in Russian].
9. Lushnikova G.I., Potapova N.V. Iazykovaia igra v angliiskikh zagadkakh-shutkakh [Language game in English riddles-jokes]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Kemerovo State University], 2011, no. 4, p. 192 [in Russian].
10. Nepomnyachikh E.A. Sintaksicheskie konstruksii maloformatnykh tekstov v sovremennom russkom iazyke: lingvokul'turnyi aspekt [Syntactic constructions of small-scale texts in modern Russian language: linguocultural aspect]. Retrieved from: <http://www.rad.pfu.edu.ru:8080/tmp/avtoref6038.pdf> [in Russian].
11. Privalova I.V. K opredeleniiu poniatiiia "iazykovye markery natsional"no-kul'turnogo soznaniia" [On the definition of the notion «language markers of national and cultural consciousness»] in *Iazyk, soznanie, kommunikatsiia* [Language, consciousness, communication]. М., MAKS Press, 2004, Issue 26, p. 91 [in Russian].
12. Sinelnikov Yu.G., Tolstolutskaia E.V. Stilisticheskie sposoby kompressii informatsii v maloformatnykh tekstakh sovremennoi frantsuzskoi periodike [Stylistic means of compression

information in small-scale texts of modern French periodicals]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* [Belgorod State University Scientific Bulletin. Humanities], 2011, no. 6, Vol. 9 [in Russian].

13. Turlova E.V. Pragmalingvisticheskie kharakteristiki nominativnoi paradigmy nazvanii angloiazychnykh uchebno-metodicheskikh posobii [Pragmalinguistic characteristics of nominative paradigm of titles of English-language study guides]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik of the Orenburg State University], 2011, Issue 11, p. 100 [in Russian].

14. Kharkovskaya A.A. Virtual'nye "vizitnye kartochki" sovremennykh amerikanskikh i britanskikh shkol: opyt diskurs-analiza [Virtual "calling cards" of modern American and British schools: experience of discourse analysis] in *Aktual'nye problemy angliiskogo iazykoznanii: sb. nauch statei / pod red. T.A. Komovoi, D.S. Mukhorotova* [Topical issues of English linguistics: collection of scientific articles. T.A. Komova, D.S. Mukhorotova (Eds.)]. M.: MAKS Press, 2012, pp. 383–391 [in Russian].

15. Kharkovskaya A.A. Diskursivnyi mir angloiazychnykh i russkoiazychnykh bestsellerov [Discursive world of English-language and Russian-language bestsellers]. *Voprosy prikladnoi lingvistiki* [Issues of applied linguistics], M., 2013, no. 10, pp. 75–88 [in Russian].

16. Kharkovskaya A.A., Efremova T.V. Lingvosinergeticheskii potentsial funktsional'noi paradigmy nazvanii proizvedenii amerikanskogo izobrazitel'nogo iskusstva XX–XXI vv. [Linguosynergetic potential of functional paradigm of titles of works of American fine arts of the XX–XXI century]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philological Sciences. Issues of Theory and Practice]. Tambov: Izd-vo «Gramota», no. 11(29), 2013, part 1, pp. 69–72 [in Russian].

17. Chernyavskaya V.E., Loginova I.Yu. Programma politicheskoi partii kak persuazivnyi tekst [Program of political party as a persuasive text]. *Izvestiia Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogich. un-ta im. A.I. Gertsena* [Izvestia: Herzen University Journal of Humanities and Sciences], 2005, no. 11, pp. 64–75 [in Russian].

18. Shevchenko V.D. Vvedenie v teoriyu interferentsii diskursov: monografiia [Introduction into the theory of interference of discourses: monograph]. Samara: SamGUPS, 2008, p. 203 [in Russian].

*Ju.A. Gatina**

DISCURSIVE ASPECTS OF SCHOOL COMMUNICATION BASED ON THE ENGLISH MINI-FORMAT INTERNET-TEXTS

Mini-format texts are considered within the Internet context of school administration welcoming speeches. In view of some specific features administration welcoming speeches can be referred to advertising; however they are also characterized by some educational discourse markers. The combination of both peculiarities, provide the increasing interest to the detailed research of mini-format texts.

Key words: mini-format texts, school site, persuasive functions, исследовательский

Статья поступила в редакцию 9/XII/2015.
The article received 9/XII/2015.

* Gatina Julia Alexandrovna (gatina80@bk.ru), Department of English Philology, Samara University, 34, Moskovskoye Shosse, Samara, 443086, Russian Federation.