

О ФУНКЦИОНАЛЬНОМ ПОТЕНЦИАЛЕ ГЛАГОЛОВ КОММУНИКАЦИИ В АНГЛИЙСКОМ ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ

В статье дается краткий обзор деловой коммуникации как системы механизмов и средств воздействия на реципиента. Отмечается, что эффективность коммуникации зависит, с одной стороны, от адекватно спланированной речевой деятельности говорящего, с другой — от успешности процесса декодирования в сознании реципиента. Анализируется роль глаголов коммуникации в обеспечении такого взаимодействия. Автор делает особый акцент на функциональном потенциале этой лексико-семантической группы, раскрывая смысловые приращения, которые они приносят в общую смысловую систему дискурса. В заключение автор приходит к выводу, что использование данных глаголов играет заметную роль в повышении риторической эффективности делового дискурса, а также в формировании системных свойств речи.

Ключевые слова: английский деловой дискурс, глаголы коммуникации, риторическое воздействие, функциональные свойства глаголов коммуникации.

Сфера деловой коммуникации — это целая система механизмов и средств воздействия как на индивидуальное, так и на массовое сознание. В наиболее общем представлении деловая коммуникация — это обмен информацией между партнерами посредством единой семиотической системы, направленный на решение тех или иных задач взаимодействия в условиях профессиональной деятельности [1; 2; 3; 4 и др.]. В процессе делового общения в этом качестве используется вербальная система знаков, которая физически реализуется в звуковом потоке, организованном по принципам лексического и синтаксического структурирования. Живая речь считается наиболее универсальным средством общения ввиду того, что обе стороны (отправитель и реципиент) осознают ее системно-знаковый потенциал и способны его актуализировать [5]. Это, в свою очередь, дает возможность в процессе обмена информацией передавать и интерпретировать смысл исходного сообщения вполне адекватно, вследствие чего речь и выступает в качестве источника информации и способа воздействия на оппонента. Но свойство универсальности этого средства не носит безусловный характер: оно должно обеспечиваться точностью употребления лексических единиц, доступностью смыслового пространства для восприятия, выразительностью, определенным построением фраз, адекватным произношением звуков и смысловыми характеристиками интонации, что в совокупности способствует выдвиганию семантически значимой информации на передний план и позволяет избежать использования избыточных средств компенсации (в том числе когда говорится одно, а подразумевается другое) [6].

Таким образом, способность участников коммуникативного акта организовать свою речь должным образом с учетом всех преимуществ и недостатков ситуации должна способствовать появлению благожелательного внимания оппонента, открытости, готов-

* © Паршутина Г.А., 2016

Паршутина Галина Алексеевна, кафедра английского языка № 5, Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, 119454, Российская Федерация, г. Москва, пр. Вернадского, 76.

ности принять те или иные доводы, в чем и состоит главная цель делового взаимодействия. В то же время со стороны получателя сообщения происходит интерпретация потока речи и своеобразная ревитализация идеи отправителя, процесс переосмысления сказанного: соотнесение «образа» индивидуально декодированного смысла с реалиями и моделью поведения собеседника. Соответственно, можно сделать вывод: эффективность коммуникации во многом зависит от успешности процесса декодирования в сознании реципиента, но в первую очередь — от выбора говорящим (пишущим) наиболее эффективных единиц речи с учетом значимости психологических, культурологических, риторических и других интегративных параметров общения и личности партнера(-ов).

Международная бизнес-коммуникация в силу сложившейся в мире ситуации в основном осуществляется на английском языке. Выступая как инструмент взаимодействия субъектов деловой жизни, он актуализирует ряд регистров, выделяемых по преобладанию целей, функций, социальных ролей коммуникантов: деловая беседа для установления отношений, бизнес-документация (деловая корреспонденция), презентации, общение по телефону, договоры, контракты и переговоры [7–9].

Как отмечалось, что выбор средств и стратегий ведения деловых переговоров определен практическими целями, на пути к которым нельзя исключать социоэкономический статус, положение коммуникантов, и, безусловно, нельзя пренебрегать их этнической спецификой. Интересно заметить, что сложившиеся в лингвокультурологии стереотипы приписывают испанцам и итальянцам использование коннотативно-маркированной лексики, гиперболизацию и драматизацию, демонстрацию жертвования своих интересов в пользу интересов партнера; русскоговорящим партнерам на переговорах свойственна категоричность, командная форма высказываний, спонтанность и искренность выражения чувств, что несвойственно англоговорящим партнерам, у которых превалирует сдержанность, официально-деловая стилистика, коннотативно-нейтральная констатация и позитивных, и негативных фактов [10]. Однако ситуация использования неродного языка в качестве языка общения в определенной степени уравнивает участников переговоров, выдвигая ряд дополнительных требований к оратору, напрямую связанных с выбором тактики ведения переговоров.

Основополагающий принцип деловых переговоров — взаимовыгодное сотрудничество; степень успешности процесса коммуникации в поликультурной бизнес-интеракции заложена в одновременном функционировании форм и жанров деловой коммуникации, которые в свою очередь существуют и функционируют в зависимости от определенного контекста. Как правило, они конвенциональны и регламентированы вне зависимости от форм общения (устная или письменная, диалогическая или монологическая, межличностная или публичная, контактная или дистантная) [11–13]. С точки зрения прагмалингвистики успешное достижение определенного эффекта, который производит высказывание, достигается благодаря следованию трем принципам: логичности изъяснения, риторической эффективности, компенсации. К логическому построению дискурса на подготовительном этапе и коммуникативной вариативности в процессе переговоров относятся: обсуждение и выбор темы переговоров, определение регламента выступлений, возможность и способы прерывания партнера, смена темы, выбор альтернатив. Навязывание мнения, скрытая или явная угроза, побуждение и убеждение, исключение партнера, контрпредложения — все это вопросы вербального взаимовлияния риторики оппонентов. В ситуации движения дискурса в нежелательном направлении возможны: коррекция языковых ошибок, уточнение позиций партнера и тем обсуждения, обобщение или разведение точек зрения, поиск компромиссов, призыв к помощи. Подобные приемы активно используются как в деловом, так и в художественном дискурсе [14–16].

Но даже в тех случаях, когда говорящий учитывает все факторы, необходимые для адекватного восприятия его интенции и мысли, может возникнуть частичное непонимание особенно в условиях межкультурной коммуникации. Соответственно, ввиду рассмотренных выше доводов, при изучении межкультурного делового дискурса крайне

важно концентрироваться на формулировке высказываний и на тех их свойствах, которые призваны производить требуемое впечатление на коммуникантов.

В качестве примера ситуации условной «нехватки» компонентов коммуникации можно привести протокол переговоров деловой встречи. Протоколирующий – пассивный участник деловых переговоров, задача которого максимально точно и емко передать ход движения дискурса коммуникантов; результат его работы играет важную роль для последующих этапов переговоров, поскольку грамотное ведение протокола событий и соблюдение всех лексико-структурных норм не только позволяет защитить участников переговоров от непредвиденных ситуаций и неловкого положения после переговоров, но и создает возможности для вежливого манипулирования и повышения эффективности дальнейших переговоров и встреч.

Ввиду специфики формы фиксирования хода переговоров в протокол не включаются «околоречевые» и невербальные приемы оппонентов; таким образом, для ясности и точности передачи их дискурса автору приходится обращаться к таким языковым средствам, как глаголы коммуникации. В приведенном ниже отрывке из протокола одного совещания можно проследить, как активно автор использует глаголы говорения для передачи логики хода коммуникации:

Steven Poon *opened the meeting by welcoming everyone and explaining the objectives for the meeting, namely, to review the specifications required by the client, to respond to needs raised by the client, and to evaluate different solutions to the problems* [17].

Данный фрагмент представляет собой замечательный пример эффективности «дискурса в дискурсе», так как отражает, с одной стороны, эффективность речевой деятельности описываемого человека, а с другой – самого метадискурса, который ее передает. Одним предложением автору удалось раскрыть целый этап деловой встречи, включающий в себя приветствие принимающей стороны, оглашение повестки дня и целей встречи. Благодаря наличию отмеченных глаголов речевой деятельности мы можем четко проследить движение системы дискурса председателя собрания к коммуникативной цели – созданию обстановки конструктивного и перспективного взаимодействия присутствующих. Причем каждый из глаголов привносит свои смысловые приращения и достаточно конкретно передает характер коммуникативной деятельности этого человека в данной ситуации: *opened (the meeting)* указывает на запуск процесса обсуждения; *welcoming (everyone)* подчеркивает конвенциональность делового общения и в то же время расположение участников друг к другу; *explaining (the objectives)* свидетельствует о желании создать атмосферу взаимопонимания и помочь партнерам четко осознать стоящие перед ними задачи; *to review (the specifications)* отражает преемственность профессиональных функций участников, а также потребность в улучшении определенных аспектов работы; *to respond (to needs)* создает впечатление адекватности и своевременности предпринимаемых шагов; *to evaluate (different solutions)* свидетельствует об объективном и критическом подходе к решению поставленных задач. Подобное умение лаконично, но емко выразить столь разнообразные прагма-семантические компоненты коммуникативного процесса успешно реализуется именно благодаря удачному сочетанию глаголов речевой деятельности, что подтверждает мысль о большом функциональном потенциале этой лексико-семантической группы. Неудивительно, что именно в протоколах мы находим множество примеров актуализации этого потенциала.

Для протоколов характерны конструкции пассивных оборотов, обычно этот прием необходим, когда решения принимаются коллективно. Так, выражение *It was noted that...* обычно звучит, когда коммуниканты действуют без конкретной причины или в ответ на какие-либо события или обстоятельства; *It was decided that...* – для анонсирования решения после голосования коллектива; *It was agreed that...* – только при всеобщем одобрении; *It was recommended that...* – когда в полномочиях коммуникантов лишь выразить свое мнение по поводу предмета обсуждения; *Sb. was assigned/asked to...* –

для ситуации, когда младшему/старшему по положению или званию коллектив предписал выполнение какого-либо поручения.

То, что потенциал глаголов коммуникации в плане оказания риторического воздействия на адресата достаточно разнообразен, доказывается еще одним фактом. В общем случае процесс делового общения предполагает, что коммуниканты обеспечивают благоприятные условия для совместной деятельности, избегают конфликтных ситуаций и с этой целью должны воздерживаться от использования стилистически окрашенных или иных средств образности. Однако понятно, что это случай идеальный, а в действительности им приходится общаться не только с доброжелательными партнерами, но и с конкурентами, оппонентами, капризными клиентами или малоприятными коллегами. Далеко не всегда имеется возможность откровенно выразить критическое мнение или воспротивиться поведению другой стороны. В таких случаях также целесообразно употребление глаголов коммуникации, с помощью которых можно выразить эмоциональное восприятие ситуации (1), вызвать определенную реакцию партнера (2), отстаивать собственные интересы (3) и т. д.:

(1) *Abe's remarks **struck** me as total disorder of time and space, making no sense at all* [18].

(2) *We feel sure you will **agree** this is a fair settlement, and shall appreciate your sending us a credit for \$10,000* [19, с. 335].

(3) *We have carefully examined your claim and we **insist** that the delay in submitting the documentation occurred through no fault of ours* [19, с. 314].

Обобщая характеристику глаголов коммуникации в тексте делового общения, можно выделить следующие функционально-структурные назначения: 1) контроль и моделирование вербального взаимодействия на каждом этапе создания высказываний; 2) формирование и обеспечение связности пропозициональной структуры; 3) распределение ролей коммуникативного акта; 4) создание прагматической динамики повествования. Эти функции отражают способность глаголов коммуникации моделировать коммуникативную деятельность, управлять самой коммуникативной деятельностью, организовывать ее определенным образом.

Библиографический список

1. Арупова Н.Р. Деловая коммуникация на английском языке: инновации в обучении деловому английскому // Профессиональная коммуникация и мультикомпетентность: сб. научных трудов / под общ. ред. Л.К. Раицкой. М.: МГИМО-Университет, 2015. С. 25–30.

2. Харьковская А.А., Ильичева Н.В. Business English: учеб. пособие. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2004. 62 с.

3. Bargiela-Chiappini Fr., Nickerson C., Planken B. Business Discourse. New York: Palgrave Macmillan, 2007. 282 p.

4. Ponomarenko E.V., Malyuga E.N. Business English and Functional Linguistics: Teaching Practical English in Perfect Harmony with Theory // ICERI2012: 5th International Conference of Education, Research and Innovation Proceedings. Madrid: International Association of Technology, Education and Development, IATED, 2012. P. 4524–4529.

5. Куприева И.А. О преимуществах представления ментальной структуры психических процессов (на материале английского языка) // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2012. № 24. Т. 16. С. 67–73.

6. Brown G., Yule G. Discourse Analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. 286 p.

7. Назарова Т.Б., Толстова Т.В. Грамматика в деловом общении на английском языке: от функции к формам // Вестник Самарского государственного университета. Гуманитарная серия. 2006. № 10/2 (50). С. 187–196.

8. Раицкая Л.К., Коровина Л.В., Арупова Н.Р. Деловая коммуникация на английском языке. М.: Аспект-Пресс, 2015. 525 с.

9. Пономаренко Е.В., Харьковская А.А. Риторическое воздействие как фактор межнационального делового общения // Язык и коммуникация в современном поликультурном социуме: сб. науч. трудов. М.: Трансарт, 2014. С. 111–117.

10. Tomalin B., Nicks M. *The Worlds Business Cultures and How to Unlock Them*. London: Thorogood, 2007. 268 p.
11. Малуга Е.Н. Взаимовлияние деловой коммуникации и межкультурного делового дискурса // *Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена*. 2008. № 84. С. 147–155.
12. Malyuga E., Tomalin B. English Professional Jargon in Economic Discourse // *Journal of Language and Literature*. 2014. № 4. Vol. 5. P. 172–180.
13. Malyuga E., Ponomarenko E. Distance Teaching English for Specific Purposes // *ICERI2012: 5th International Conference of Education, Research and Innovation Proceedings*. Madrid: IATED, 2012. P. 4530–4536.
14. Харьковская А.А. Дискурсивный мир англоязычных и русскоязычных бестселлеров // *Вопросы прикладной лингвистики*. 2013. № 10. С. 75–88.
15. Харьковская А.А. Англоязычный образовательный дискурс: современные тенденции // *Профессиональная коммуникация и мультикомпетентность: сб. науч. трудов / под общ. ред. Л.К. Раицкой*. М.: МГИМО-Университет, 2015. С. 177–181.
16. Храменко Д.С. Ирония как средство активизации синергичных процессов прагматической самоорганизации английского делового дискурса // *Вестник Самарского государственного университета*. 2009. № 1 (67). С. 175–180.
17. Weisser M. Negotiation Skills. URL: http://martinweisser.org/courses/negotiation_skills/minutes.html.
18. Przystup J.J. Japan-China Relations: Past as Prologue // *Comparative Connections A Triannual E-Journal on East Asian Bilateral Relations*. 2014. Vol. 16(1). URL: http://csis.org/files/publication/1401qjapan_china.pdf (accessed: 25.01.2016).
19. Раицкая Л.К., Коровина Л.В., Арупова Н.Р. *Деловая коммуникация на английском языке: учеб. пособие*. М.: Аспект Пресс, 2015.

References

1. Arupova N.R. Delovaia kommunikatsiia na angliiskom iazyke: innovatsii v obuchenii delovomu angliiskomu [Business communication in English: innovations in teaching Business English] in *Professional'naiia kommunikatsiia i mul'tikompetentnost': sb. nauchnykh trudov / pod obshch. red. L.K. Raitskoi* [Professional communication and multicompetence: Collection of research papers]. L.K. Raitskaya (Ed.). М.: МГИМО-Университет, 2015, pp. 25–30 [in Russian].
2. Kharkovskaya A.A., Ilcheva N.V. Business English: ucheb. posobie. [Business English: textbook]. Samara: Izd-vo «Samarskii universitet», 2004, 62 p. [in Russian].
3. Bargiela-Chiappini Fr., Nickerson C., Planken B. *Business Discourse*. New York: Palgrave Macmillan, 2007, 282 p. [in English].
4. Ponomarenko E.V., Malyuga E.N. Business English and Functional Linguistics: Teaching Practical English in Perfect Harmony with Theory. *ICERI2012: 5th International Conference of Education, Research and Innovation Proceedings*. Madrid: International Association of Technology, Education and Development, IATED, 2012, pp. 4524–4529 [in English].
5. Kuprieva I.A. O preimushchestvakh predstavleniia mental'noi struktury psikhicheskikh protsessov (na materiale angliiskogo iazyka) [On advantages of presentation of mental structure of psychic processes (on the material of the English language)]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye nauki* [Belgorod State University Scientific Bulletin. Humanities], 2012, no. 24, Vol. 16, pp. 67–73 [in Russian].
6. Brown G., Yule G. *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. 286 p. [in English].
7. Nazarova T.B., Tolstova T.V. Grammatika v delovom obshchenii na angliiskom iazyke: ot funktsii k formam [Grammar in business communication in English: from function to forms]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnaia seriia* [Vestnik of Samara State University. Humanitarian Series], 2006, no. 10/2(50), pp. 187–196 [in Russian].
8. Raitskaya L.K., Korovina L.V., Arupova N.R. Delovaia kommunikatsiia na angliiskom iazyke [Business communication in English]. М.: Аспект-Press, 2015, 525 p. [in Russian].
9. Ponomarenko E.V., Kharkovskaya A.A. Ritoricheskoe vozdeistvie kak faktor mezhnatsional'nogo delovogo obshcheniia [Rhetoric interaction as a factor of international business communication]. *Iazyk i kommunikatsiia v sovremennom polikul'turnom sotsiume: sb. nauch. trudov* [Language and communication in modern policultural society: collection of research papers]. М.: Transart, 2014, pp. 111–117 [in Russian].

10. Tomalin B., Nicks M. *The Worlds Business Cultures and How to Unlock Them*. London: Thorogood, 2007, 268 p. [in English].
11. Malyuga E.N. Vzaimovliianie delovoi kommunikatsii i mezhkul'turnogo delovogo diskursa [Interinfluence of business communication and intercultural business discourse]. *Izvestiia Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogich. un-ta im. A.I. Gertsena* [Izvestia: Herzen University Journal of Humanities and Sciences], 2008, no. 84, pp. 147–155 [in Russian].
12. Malyuga E., Tomalin B. (2014). English Professional Jargon in Economic Discourse. *Journal of Language and Literature*, no. 4, Vol. 5, pp. 172–180 [in English].
13. Malyuga E., Ponomarenko E. Distance Teaching English for Specific Purposes. *ICERI2012: 5th International Conference of Education, Research and Innovation Proceedings*. Madrid, IATED, 2012, pp. 4530–4536 [in English].
14. 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].
15. Kharkovskaya A.A. Angloiazychnyi obrazovatel'nyi diskurs: sovremennye tendentsii [English-language educational discourse: modern tendencies] in *Professional'naia kommunikatsiia i mul'tikompetentnost': sb. nauch. trudov. Pod obshch. red. L.K. Raitskoi* [Professional communication and multicompetence: Collection of research papers]. L.K. Raitskaya (Ed.). M.: MGIMO-Universitet, 2015, pp. 177–181 [in Russian].
16. Khranchenko D.S. Ironiia kak sredstvo aktivizatsii sinergiinykh protsessov pragma-semanticheskoi samoorganizatsii angliiskogo delovogo diskursa [Irony as a means of activation of synergy processes of pragma-semantic organization of English business discourse]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik of Samara State University], 2009, no. 1(67), pp. 175–180 [in Russian].
17. Weisser M. Negotiation Skills. Retrieved from: http://martinweisser.org/courses/negotiation_skills/minutes.html [in English].
18. Przystup J.J. Japan-China Relations: Past as Prologue. *Comparative Connections A Triannual E-Journal on East Asian Bilateral Relations*, 2014, Vol. 16(1). Retrieved from: http://csis.org/files/publication/1401qjapan_china.pdf (accessed: 25.01.2016) [in English].
19. Raitskaya L.K., Korovina L.V., Arupova N.R. *Delovaia kommunikatsiia na angliiskom iazyke: Uchebnoe posobie dlia studentov bakalavriata* [Business communication in English: Bachelor's student training manual]. M.: Aspekt-Press, 2015 [in Russian].

G.A. Parshutina*

ON FUNCTIONAL POTENTIAL OF VERBS OF COMMUNICATION IN ENGLISH BUSINESS DISCOURSE

The article gives a concise review of business communication as a system of mechanisms and means of influence on the recipient. The article notes that efficiency of communication depends, on the one hand, on adequate planning of speech activity, on the other hand – on the successful decoding process in the recipient's mind. The role of verbs of communication in such interaction is under analysis. The author makes special emphasis on this lexico-semantic group functional potential and highlights the sense augmentation they bring into the general sense system of discourse. Finally, the author comes to the conclusion that the use of the verbs in question plays an important role in enhancing business discourse rhetoric effectiveness, as well as in formation of speech system properties.

Key words: Business English discourse, verbs of communication, rhetoric impact, functional properties of verbs of communication.

Статья поступила в редакцию 15/XII/2015.
The article received 15/XII/2015.

* Parshutina Galina Alexeyevna, Department of the English Language □ 5, MGIMO University, 76, Pr. Vernadskogo, Moscow, 119454, Russian Federation.