

Санкт-Петербургский государственный
университет

ЧЖАН Ибо

Выпускная квалификационная работа

**Устная деловая коммуникация в системе речевых жанров
(на материале брифингов и пресс-конференций)**

Уровень образования: магистратура
Направление 45.04.02 «Лингвистика»
Основная образовательная программа ВМ.5622.
«Русский язык и русская культура в аспекте русского языка как
иностранного»

Научный
руководитель:
ст. преп., Кафедра
русского языка для гуманитарных
и естественных факультетов,
Пашкова Мария Николаевна

Рецензент:
доцент,
ФГАОУ ВО
«Северо-Кавказский
федеральный университет»
Горобец Ольга Сергеевна

Санкт-Петербург
2024

Содержание

Введение	3
Глава I: Теоретические основы изучения устной деловой коммуникации	
1.1. Устная деловая коммуникация и ее основные принципы.....	7
1.2. Жанровая природа устной деловой коммуникации	16
1.3. Структурная организация устной деловой коммуникации	22
1.4. Коммуникативная функция устной деловой коммуникации на примере брифингов, пресс-конференций и переговоров.....	28
Выводы к главе I.....	39
Глава II: Языковая организация устной деловой коммуникации на примере брифингов и пресс-конференций	
2.1. Описание и анализ языковых особенностей устной деловой коммуникации на материале брифингов и пресс-конференций ведущих политических деятелей Российской Федерации.....	41
2.2. Синтаксические особенности устной деловой коммуникации.....	48
2.3. Языковые стандарты устной деловой коммуникации.....	61
2.4. Межкультурные аспекты устной деловой коммуникации.....	67
Выводы к главе II.....	74
Заключение.....	76
Список литературы.....	78
Приложение.....	88

Введение

Устная деловая коммуникация в последнее десятилетие, а особенно в настоящее время приобретает безусловную актуальность. Язык делового общения становится одним из главных инструментов коммуникации в экономической и политической сфере, а также в аспекте межличностного общения. Стоит отметить и то, что деловая коммуникация лежит в основе партнерских отношений практически в любой сфере деятельности человека, также она неразрывно связана и с развитием бизнеса по всему миру. В последнее время стремительно растет количество деловых контактов между людьми не только внутри одного государства, но и на международном уровне.

Деловая коммуникация определяется как «процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, сервисной и т.д.» [Казакова, 2013: 10].

Вполне закономерно и то, что исследовательский интерес среди специалистов к данной теме также возрастает. Деловая речь обладает своими специфическими особенностями стиля, которые проявляются на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях.

Данная работа посвящена изучению устной деловой коммуникации в системе речевых жанров и выявлению ее характерных особенностей.

При исследовании деловой коммуникации помимо лингвистических особенностей необходимо акцентировать особое внимание на уровне коммуникативной культуры, а также на индивидуальных языковых особенностях говорящего. При осуществлении деловой коммуникации учитывается не только содержание текста адресанта и адресата, но и социальный статус, уровень образованности, пол, возраст и т.д., в связи с

чем, наше внимание также направлено на анализ личности адресата и адресанта коммуникации.

Объектом исследования является деловая коммуникация как речевой жанр, а именно: брифинги и пресс-конференции ведущих политических деятелей Российской Федерации.

Выбор таких речевых жанров как брифинг и пресс-конференция ведущих политических деятелей Российской Федерации в качестве **предмета исследования** продиктован тем, что вышеназванные жанры представляют собой наиболее распространенные и доступные для анализа формы официальной устной деловой коммуникации.

Цель исследования – системное описание текста устной деловой коммуникации в лингвостилистическом и коммуникативно-прагматическом аспектах.

Указанная цель обусловила постановку и решение следующих **задач**:

- 1) выявить жанровую, коммуникативно-функциональную природу деловой коммуникации;
- 2) проанализировать структурную организацию устной деловой речи;
- 3) описать и проанализировать языковые особенности устной деловой речи;
- 4) описать языковые стандарты устной деловой коммуникации;
- 5) раскрыть межкультурные аспекты устной деловой коммуникации.

Теоретической базой диссертации послужили работы отечественных и зарубежных исследователей в следующих областях:

– теория коммуникации, в том числе межкультурной коммуникации:

О. А. Лаптева, Зотова Л. И., Лавриенко Р. И., Мельникова С. В., С.Г. Тер-Минасова и др.;

– деловая коммуникация: М. В. Колтунова, Л. Х. Лустрэ, О. Ю. Щербакова, Е. Н. Скаженик и др.;

– теория речевых жанров: М.М. Бахтин, К.А. Долинин, М.Н. Кожина, Г.А. Низкодубов, Т.В. Шмелева и др.

Материалом для исследования послужили видеозаписи пресс-конференций и брифингов ведущих политических деятелей Российской Федерации.

Методы исследования: описательный, аналитический, лингвостилистический, метод сплошной выборки.

Гипотеза работы состоит в следующем: устная деловая коммуникация – уникальный жанр устной коммуникации со специфическими лингвистическими и коммуникативными характеристиками, анализ и описание которых может быть использован для обогащения и оптимизации устной деловой речи говорящего.

Положения, выносимые на защиту:

- 1) Устная деловая коммуникация включает в себя множество жанров, каждый из которых обладает специфическими характеристиками, в то же время сохраняет в себе общие черты делового общения.
- 2) Устная деловая коммуникация представляет собой сложное социальное явление, обладает специфическими композиционными особенностями и принципами построения речи.
- 3) Несмотря на наличие речевых шаблонов, строгих правил выбора лексических единиц и соблюдения стилистических норм в устной деловой коммуникации учитывается национальная специфика языковых стандартов Российской Федерации, а также проявляются индивидуальные особенности участников коммуникации.
- 4) Устное деловое общение полностью зависит от речевой ситуации и фоновых знаний общающихся сторон.

Новизна работы заключается в том, что устная деловая речь рассматривается с точки зрения коммуникативного и лингвостилистического подхода, с точки зрения иерархии коммуникативных интенций и национальной специфики языковых

стандартов России, а также учитываются индивидуальные особенности участников коммуникации.

Теоретическая значимость исследования состоит в комплексном подходе к деловой речи как жанру устной коммуникации и лингвистической единице, что позволяет выделить, проанализировать и описать лексические, грамматические и синтаксические особенности устной деловой коммуникации, языковые стандарты, а также рассмотреть индивидуальные особенности речи говорящего. Результаты исследования способствуют дальнейшему углубленному исследованию вопросов, связанных с изучением речевых жанров.

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты могут быть использованы для адаптации языковых стандартов к конкретным деловым ситуациям и коммуникативным установкам ведения устной деловой коммуникации; в курсе культуры речи в Вузах Российской Федерации; в спецкурсах по деловой речи; в практике преподавания русского языка как иностранного.

Структура работы: диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, содержит библиографический список, список словарей и источников и приложение.

Глава 1. Теоретические аспекты изучения устной деловой коммуникации

1.1. Устная деловая коммуникация и ее основные принципы

Деловое общение является одним из самых массовых и сложных видов коммуникации людей. В современном мире без устной деловой коммуникации невозможно осуществлять какую-либо деятельность в экономической, правовой, дипломатической, административной и других сферах жизни. Современный официально-деловой стиль речи тесно связан с общественной жизнью, поэтому он меняется вместе с международными отношениями, запросами и потребностями общества.

Понятие официально-делового стиля объясняется как «функциональная разновидность современного литературного языка, обслуживающая сферу права, власти, администрации, коммерции внутри- и межгосударственных отношений» [Кожина, 2008: 273]. Официально-деловая речь – это «речь, используемая в официально-деловой сфере общения: в деловых бумагах, инструкциях, законодательных документах. Официально-деловой стиль выполняет две основные функции: информативную (сообщение) и волюнтаривную (повеление)» [Жеребило, 2010: 244].

В данном параграфе мы подробно рассмотрим основные принципы устной деловой коммуникации. Прежде всего необходимо выделить основные отличия между устной и письменной формой официально-делового стиля.

В современной лингвистике существуют различные точки зрения на определения устной и письменной деловой речи. Исследователь Е. А. Земская разделяет язык на литературный и разговорный, при этом автор отмечает, что «вся сфера массовой коммуникации, включая

публичную ораторскую речь, проходит на кодифицированном языке» [Земская, 1993: 9].

Е. В. Косарева, соглашаясь с Е. А. Земской, заключает, что «устная деловая речь относится к кодифицированному литературному языку и соответствует его нормам» [Косарева, 2003: 18].

О. А. Лаптева считает, что устная профессиональная речь не может считаться кодифицированным литературным языком, так как «устной формы кодифицированной речи не существует» [Лаптева, 1978: 41].

М. В. Колтунова отмечает специфичность устного делового общения и пишет о том, что «устная деловая диалогическая речь представляет собой самостоятельное стилевое образование, сочетающее черты разговорного и делового стилей – разговорно-деловую речь» [Колтунова, 1998: 6].

Письменная речь, по мнению Г. Н. Акимовой, «вторична и находится под большим воздействием устной, хотя не во всех своих разновидностях в равной степени» [Акимова, 1990: 84]. Но нельзя отрицать, что обе формы находятся в постоянном взаимодействии, так как «язык представляет собой сумму двух норм – письменной и устной, которые взаимно связаны тем, что обеспечивают данному языковому коллективу возможность реагировать любым образом на любую ситуацию» [Нелюбин, 1990: 15].

Некоторые исследователи отмечают, что главным отличием письменной и устной деловой речи является то, что «письменная речь представляет официально-деловой стиль речи», в то время как «устная деловая речь – различные формы гибридных стилевых образований» [Казакова, 2013: 8]. Считаем, что связано прежде всего с тем, что рамки устного делового общения намного шире, и они охватывают не только протокольные виды делового общения, но и коммуникацию в рабочей обстановке и неофициальной обстановке на работе.

Одной из главных отличительных черт устной формы речи является ее неподготовленность, то есть спонтанность. Это значит, что процесс

создания речи происходит одновременно с процессом обдумывания и произнесения. При этом «сознание настолько занято этой напряженной работой, что особенности спонтанной речи не фиксирует, т.е. мы сами часто не знаем, как мы говорим» [Казакова, 2013: 16].

Выделяют еще одну черту устной речи – непосредственность общения. Если письменная деловая речь осуществляется посредством письменного текста, и общающиеся стороны не имеют возможности задать вопрос, уточнить что-либо или увидеть реакцию собеседника, то при непосредственном общении есть возможность не только видеть реакцию собеседника, но и учитывать ее. Обмен информацией в данном случае осуществляется сразу по слуховому, зрительному и др. каналам. Кроме того, происходит «перераспределение информации между вербальными и невербальными средствами общения» [там же].

Устное деловое общение является как бы «вплавленным» в ту или иную речевую ситуацию. Это неразрывно связано также и с фоновыми знаниями, то есть теми знаниями по предмету обсуждения, которые имеются у общающихся сторон. О. А. Казакова пишет о том, что «спонтанность речи, опора на фоновые знания, объекты передачи зрительной информации (графики, таблицы, договоры) делают структуру устной речи фрагментарной, неупорядоченной, негладкой» [там же].

Выбор языковых средств и их организация в устной деловой речи во многом зависит от целей и условий взаимодействия. Л.Х. Лустрэ, опираясь на данные о количестве участников, выделяет три основных условия, воздействующих на формы устной деловой речи: полилог, диалог и монолог [Лустрэ, 2007].

Л. Х. Лустрэ приходит к выводу о том, что форма полилога «характерна для многосторонних переговоров с большим количеством участников, диалог предполагает общение между двумя участниками коммуникации, монолог чаще всего реализуется в презентациях, докладах,

отчетах и т.п.» [Лустрэ, 2007: 170]. Автор указывает на то, что «степень активности каждого участника в первых двух формах речи может быть различной: от «речевого равноправия» каждого участника до «речевой гегемонии» с доминированием одного из участников коммуникации [там же]. Л.Х. Лустрэ делает акцент на том, что «для устных полилогов и диалогов официально-деловой коммуникации уместно чередование вопросительных предложений, реплик-ответов, их эмоциональная окрашенность и спонтанность» [Лустрэ, 2007: 171].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что полилоги и диалоги являются наиболее спонтанными и неподготовленными формами речи, в то время как монологи, как правило, бывают подготовленными.

Не смотря на спонтанность речи, в устном деловом общении все же используются клишированные словосочетания, однако не в такой строго регламентированной форме, как в речи письменной. Например, неуместным будет использование в устной (особенно диалогической) деловой речи подобной фразы: *«Стороны освобождаются от ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по Соглашению в случае наступления обстоятельств непреодолимой силы, то есть чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств»*. Устная деловая речь «использует устойчивые выражения, однако они ассоциируются с устностью» [Казакова, 2013: 17], например: *в двух словах, остаться при своих интересах, ударить по рукам и т.п.* Кроме того, в устной деловой речи используются профессиональные идиомы: *расписать сумму, разнести по ведомостям, поднять отчетность, снять с баланса, наработать связи, выйти на потребителя, запустить в работу и т.п.* Исследователи считают, что «использование этих выражений создает особое стилистическое своеобразие устной деловой речи» [там же].

Особые языковые различия наблюдаются и между диалогической и монологической устной деловой речью. Монологическая речь, несмотря на

спонтанный характер, все же больше тяготеет к книжной речи, в то время как диалогическая – к разговорной. О.А. Казакова акцентирует внимание на том, что «диалогическое общение – это по преимуществу межличностное общение, а публичная речь – это монологическая речь» [Казакова, 2013: 17].

Таким образом, устная деловая речь не может соответствовать основному требованию языка документов – точности и строгой регламентированности, отсутствию инотолкования, отсутствию повторов, перебивов и т.д. Однако следует отметить, что несмотря на все перечисленные особенности устной деловой речи, она продолжает являться разновидностью официально-делового стиля, и сохраняет в себе основные стилевые черты.

Термины «деловое общение» и «деловая коммуникация» часто используются как синонимы. Однако О.А. Казакова отмечает, что между ними существуют отличия: деловая коммуникация представляет собой «процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, сервисной и т.д.» [Казакова, 2013: 10].

При этом, деловое общение рассматривается как «процесс взаимосвязи и взаимодействия, в ходе которого происходит обмен деятельностью, информацией и опытом» [там же].

Таким образом, деловая коммуникация направлена на определенную деятельность, сотрудничество и достижение конкретных результатов в том или ином виде деятельности, в то время как деловое общение в первую очередь направлено на постановку целей и конкретных задач.

Специалисты делают акцент на том, что «деловая коммуникация может трактоваться в узком смысле как деятельность, предполагающая достижение определенных интересов, целей в профессиональной сфере бизнеса, в более широком смысле – как взаимодействие людей в деловой сфере жизнедеятельности человека» [Казакова, 2013: 13].

Для эффективности и достижения поставленных целей при реализации устной деловой коммуникации необходимо придерживаться определенных принципов: совместная деятельность как предмет общения; значимость личности собеседника; стремление к решению коллективной задачи; строгое соблюдение стилистических норм языка и др. [Казакова, 2013: 13].

О. А. Казакова пишет о том, что «предметом общения в деловой коммуникации является совместная деятельность (общее дело), а партнер по общению всегда выступает как личность, значимая для другого» [Казакова, 2013: 10].

Однако, в отличие от коммуникации в широком смысле, направленной на личностное взаимодействие ее участников, деловая коммуникация подчинена решению конкретной задачи, чаще всего коллективной. Это накладывает определенные рамки и ограничения на речь, что определяется регламентированностью делового стиля. Подчинение установленным ограничениям определяется такими компонентами, как тип делового общения; форма делового общения; степень официальности; конкретные цели и задачи, стоящие перед общающимися; национально-культурные традиции; общественные нормы поведения [там же].

В ситуации делового общения очень важно учитывать допустимость или недопустимость использования тех или иных речевых средств, требуется строгое соблюдение правил выбора лексики. Использование различных пластов лексики определяется не только сферой, но и ситуацией общения, наличием наблюдателей, степенью знакомства сторон и т.д. В устном деловом общении использование той или иной лексики должно быть оправдано. Например, в официально-деловом стиле не употребляется жаргонно-профессиональная лексика [там же].

Также в официальной обстановке недопустимо использовать слова-диффузы, или слова-губки. К ним относят лексические единицы, которые

«впитывают» в себя значения в зависимости от ситуации, при этом теряя собственное значение. Например, в словосочетаниях: *крутой парень, крутой фильм, крутые цены, крутой банк, крутой джип и т.д.* слово «крутой» будет иметь различные значения. О.А. Казакова отмечает, что «использование таких слов в официальном общении нежелательно прежде всего потому, что сферой активного использования слов-диффузов является разговорно-бытовая речь» [Казакова, 2013: 9].

В условиях устного делового общения не допускается употребление бранной и просторечной лексики (*брехня, вляпаться, надуть, угробить и т.п.*). Специалисты акцентируют внимание о том, что «такая лексика не просто определяет деструктивный тон беседы, она лишает коммуникантов возможности реализовать свои цели в ходе переговоров, поскольку негативно характеризует тех, кто ее использует» [там же]. Общим принципом лексического отбора в деловом общении является соответствие задачам, целям и обстановке делового общения.

Еще одним принципом устной деловой коммуникации является ее обобщенность, обезличенность. В деловой речи отражаются не индивидуальности сторон, а коллективный интерес, социальный опыт. При этом в ситуации делового общения эта особенность не является отрицательной, напротив, данный принцип ведет к эффективной коммуникации в деловой сфере.

Общим для деловой коммуникации является соблюдение принципа формально-ролевого взаимодействия, то есть взаимодействия, которое учитывает должностные роли, права и обязанности сторон.

Кроме того, существует деловой этикет, которого необходимо придерживаться. Основная функция делового этикета состоит в формировании «правил, способствующих взаимопониманию людей. Вторая функция делового этикета – функция удобства, т.е. он позволяет делать общение целесообразным и практичным» [Казакова, 2013: 12].

О.А. Казакова отмечает, что «одним из главных условий эффективной деловой коммуникации является мотивация» [Казакова, 2013: 12]. Важно, чтобы личностные потребности человека удовлетворялись в процессе коммуникации, его собственные идеи совпадали с коллективными нормами. Это связано с тем, что в процессе деловой коммуникации человек одновременно является представителем организации и конкретной личностью. По мнению исследователя, «в противном случае эффективность коммуникации снизится» [там же].

Еще одним принципом устной деловой коммуникации является сработанность – «согласованность в работе между участниками совместной деятельности» [Казакова, 2013: 13]. Это значит, что принципом деловой коммуникации является «целостность коллективного субъекта» [там же].

Как уже было сказано выше, несмотря на ориентированность деловой речи на книжно-письменные средства языка, для устной формы деловой речи свойственно использование разговорных языковых средств. Поэтому тема и ситуация осуществления устной деловой коммуникации так сильно влияют на состав и оформление речи.

Поэтому при осуществлении устной деловой коммуникации содержание и диапазоны параметров необходимо корректировать, имея в виду закономерности устной формы коммуникативного процесса. Л.Х. Лустрэ пишет о том, что «точность устных коммуникативных актов обеспечивается не только оптимальным выбором лингвистических единиц для точного отражения необходимых значений, но и с позиции способности этих единиц восприниматься в устном сообщении, а также соответствовать ему стилистически» [Лустрэ, 2007: 171].

В связи с этим «большое значение имеют такие характеристика, как понятность и разборчивость речи» [Кушнерук 2007: 200].

Понятность обеспечивается выбором соответствующих лингвистических средств и способами их организации в речи, правильным

построением высказываний в устном тексте. В свою очередь разборчивость речи связана с произносительными и акустическими особенностями говорящего.

Таким образом, деловое общение представляет собой сложное социальное явление и обладает стилистическими особенностями и принципами, которые отличают его от письменной деловой речи.

1.2. Жанровая природа устной деловой коммуникации

Вопрос речевых жанров и их классификация продолжает оставаться актуальным, так как до сих пор не существует общепринятой системы классификации речевых жанров. Это объясняется сложностью данного явления, большим разнообразием и различием речевых жанров, а также отсутствием убедительного основания классификации.

М. М. Бахтин первый обратился к проблеме систематизации речевых жанров, потому при изучении речевых жанров большинство исследователей опирается на его работы. Ученый определял речевые жанры как «относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний» [Бахтин, 1996: 225].

Устная деловая речь используется в конкретной сфере деятельности, отличающейся специфическими условиями и целями коммуникации участников деловых отношений. В связи с этим в устной деловой речи отражаются специфические условия данной сферы через языковые средства.

Следует отметить, что каждый жанр устной деловой коммуникации, обладая специфическими характеристиками, в то же время сохраняет в себе общие черты делового общения, которые были описаны в предыдущем параграфе.

М. М. Бахтин, рассуждая о проблеме речевых жанров, выделил три составляющих, из которых складывается тот или иной жанр: «тематическое содержание, стиль и композиционное построение» [Бахтин, 1996: 159].

На наш взгляд, помимо этих признаков, для жанровой природы устного делового общения особое значение имеет также цель общения; количество участников, их статус; особенности использования языковых средств.

М. М. Бахтин различал жанры речи на основе функциональных стилей, в зависимости от цели и сферы общения исследователь выделял

жанры разговорной речи, научной речи, официально-делового общения, публицистические жанры и жанры художественной речи [Бахтин, 1996: 160].

Устная деловая коммуникация включает в себя большое разнообразие жанров: переговоры, доклады, презентации, выступления, совещания, деловые разговоры, брифинги и др. Для каждого речевого жанра внутри устной деловой коммуникации каждый параметр будет играть разное значение. Например, при общении директора и подчиненного особое значение будет иметь статус каждого участника, в то время как при общении директоров или сотрудников одного уровня на передний план выйдут цель, тема, количество участников.

Выбранные в качестве предмета исследования формы устной деловой коммуникации – брифинг и пресс-конференция – имеют все перечисленные выше параметры, характерные для той или иной сферы общения: определенная коммуникативная цель, тематические и стилистические особенности, разное количество участников, их статус и характер отношений.

В работе Т.В. Шмелевой коммуникативная цель, концепция автора и языковое воплощение рассматриваются как «главные жанрообразующие признаки» [Шмелева, 1997: 96].

М. Ю. Федосюк считает, что «речевые жанры – это устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний, а текстов» [Федосюк, 1997: 104].

М. М. Бахтин различает «простые, или первичные жанры, которые характерны для непосредственного общения, и сложные (вторичные) жанры, которые выделяются в художественной, научном и других формах культурного общения» [Бахтин, 1986: 198].

М. Ю. Федосюк выделяет простые (элементарные) жанры и сложные (комплексные). К элементарным жанрам относятся сообщение, похвала, приветствие и др., к сложным – такие жанры, которые состоят из

компонентов, каждый из которого в свою очередь является текстом определенного жанра: монологические (утешение, убеждение, уговоры) и диалогические (дискуссия, спор, ссора) [Федосюк, 1997].

Некоторые исследователи используют структурную типологию жанров, среди них М.Л. Макаров. В его работе представлена схема иерархической структуры единиц речевого общения, «где каждая предыдущая единица является составным элементом последующей» [Макаров, 2003: 175].

Минимальной значимой единицей коммуникации М.Л. Макаров считает коммуникативный ход. По мнению исследователя, коммуникативный ход «развивает общение и продвигает его к достижению коммуникативной цели» [Макаров, 2003: 188]. При этом самым крупным сегментом считается речевое событие [там же].

Т.В. Анисимова рассматривает деловую речь в риторическом аспекте, автор создает систему определения того или иного жанра деловой речи. Исследователь считает, что каждый жанр можно идентифицировать по следующим уровням: системный, стратегический и тактический [Анисимова, 2019].

Системный уровень включает в себя такие признаки речи, как «первичность или вторичность, наличие или отсутствие связи речи с другими высказываниями, соотнесение с типами речи по цели. Стратегический уровень характеризуется ситуацией общения, оратором, портретом аудитории, содержанием речи, целевой установкой. Тактический уровень включает в себя такие параметры как аргументация, композиция, языковые и стилистические особенности» [Анисимова, 2019: 17].

Опираясь на данную систему, Т. В. Анисимова выделяет такие жанры, как «совещание, речь на презентации, деловая дискуссия, конференция, торжественное собрание, совещание, пресс-конференция, вступительное слово, рекламная речь, ответное слово, речь в прениях, мнение,

предложение, возражение, опровержение, критика, обвинение» [Анисимова, 2019: 17].

Е. В. Косарева считает, что «основной частью жанровой системы устного делового общения являются такие жанры, как деловой разговор, деловая беседа и деловое совещание» [Косарева, 2006: 20].

К. А. Долинин отмечает, что «понимание особенностей того или иного жанра позволит прежде всего идентифицировать его получателем, в результате чего даст возможность ориентироваться в речевой ситуации, что обеспечивает активизацию соответствующего сценария, хранящегося в долговременной памяти, и, следовательно, настройку на нужную волну, включение соответствующей установки, перцептивной и деятельностной, и, как следствие, возможность прогнозировать дальнейшие речевые действия партнера, дальнейшее развертывание дискурса и адекватно реагировать на него» [Долинин, 1999: 10].

Е. В. Косарева, рассматривая каждый параметр устной деловой речи, опирается прежде всего «на коммуникативную цель как конститутивный признак речевого жанра» [Косарева, 2006: 71]. Разные жанры устной деловой коммуникации имеют разную коммуникативную цель (интенцию). Так, например, в докладе коммуникативной целью будет информирование, а в переговорах может встретиться сразу несколько коммуникативных целей – убеждение, социальное воздействие, манипуляция и др.

Количество участников и их статус по отношению друг к другу также являются значимыми параметрами при определении жанровых характеристик устной деловой коммуникации. Тематическое содержание устной деловой коммуникации чаще всего «предсказуемо, так как оно связано, как правило, с актуальными для профессиональной деятельности коммуникантов событиями» [Косарева, 2006: 72].

Композиция также является одним из жанрообразующих признаков, так как «каждый жанр устного делового общения характеризуется особой структурой» [Косарева, 2006: 72].

М. М. Бахтин определяет композицию как «определенные типы построения целого, типы его завершения, типы отношения говорящего к другим участникам речевого общения» [Бахтин, 1996: 179].

Наконец, выделим особенности языкового воплощения устных деловых жанров. Следует отметить, что при определении того или иного жанра устной деловой коммуникации на первый план выдвигаются экстралингвистические характеристики (цель, участники, тема), и только потом – лингвистические (композиция, языковые средства).

Рассуждая о стилистике, М. М. Бахтин акцентирует внимание на том, что «всякое высказывание — устное и письменное, первичное и вторичное и в любой сфере речевого общения — индивидуально и потому может отразить индивидуальность говорящего (или пишущего), то есть обладать индивидуальным стилем» [Бахтин, 1996: 193].

Далее ученый отмечает, что в жанровой системе есть как наиболее благоприятные для выражения индивидуальности автора жанры, так и наименее благоприятные. К наиболее благоприятным для этого жанрам он относит жанры художественной литературы, к наименее благоприятным — деловые документы, военные команды, словесные сигналы и др. [там же].

Индивидуальные особенности, чувства и эмоции участников деловой коммуникации не являются целью общения, наоборот, излишнее проявление этих признаков могут помешать достижению цели коммуникации. Однако, степень проявления индивидуальности говорящего в устном деловом общении, в отличие от письменного, где ее практически нет, все же может варьироваться. Поэтому данный фактор также можно отнести к одному из составляющих жанровые особенности устной деловой коммуникации.

М. М. Бахтин считает, что стиль и жанр имеют неразрывную связь, в связи с чем «по существу языковые или функциональные стили есть не что иное, как жанровые стили определенных сфер человеческой деятельности и общения» [Бахтин, 1996: 193]. То есть жанрам, применяющимся в той или иной сфере общения, соответствуют определенные стили, которые включают в себя характерные особенности языковых средств для исполнения определенной функции (научной, публицистической, деловой, бытовой, художественной). Это значит, что стиль является составной частью жанра.

Таким образом, для выявления того или иного жанра устной деловой коммуникации необходимо определенное устойчивое и повторяющееся сочетание определенных экстралингвистических и лингвистических параметров, которые характерны для той или иной коммуникативной цели, речевой ситуации, количества участников, характера их отношений, композиции речи и языковых средств.

1.3. Структурная организация устной деловой коммуникации

Структура является одним из ключевых понятий лингвистики и филологии. Каждый уровень языка имеет свою структуру. Структурные элементы тесно взаимосвязаны и выполняют текстообразующие функции, в результате чего речь воспринимается как единое целое.

Структура текста определяется как «форма существования его содержания, которой свойственны определенность, упорядоченность, членимость и целостность» [Кожина, 2003: 531].

Выделяются различные языковые структуры:

- 1) лексическая, словообразовательная, морфологическая, синтаксическая;
- 2) ассоциативные;
- 3) логические;
- 4) композиционные;
- 5) концептуальные и др. [Жеребило, 2016]

Как уже говорилось в параграфе 1.1., для устной деловой коммуникации характерна безличность, ясность и четкость, что достигается отчасти благодаря композиционной организации текста. В данном параграфе мы рассмотрим особенности структурной организации устной деловой коммуникации.

Прежде всего обратимся к понятиям структуры и композиции текста устной деловой коммуникации. М.М. Бахтин отмечал, что отсутствие общепринятой терминологии в данном аспекте является «результатом игнорирования *реальной единицы* речевого общения — *высказывания*» [Бахтин, 1996: 213]. Исследователь считает, что речь состоит из высказываний, которые, в независимости от их объема, содержания, композиции, имеют общую структуру и границы [Бахтин, 1996].

Л. Л. Нелюбин композицию текста определяет, как «взаимодействие принципов внутреннего и внешнего построения текста в его

языковостилистическом оформлении» [Нелюбин, 2001: 70]. С ним соглашается О. Ю. Щербакова, добавляя, что «композиция текста определяет соотношение его отдельных частей и соотношение каждой части ко всему выступлению в целом» [Щербакова, 2004: 136].

Как и в любом другом стиле, композиция текста устной деловой коммуникации представляет собой закономерное расположение частей и их соотношение, в результате чего возникает его целостность, «поэтому можно говорить о том, что композиция определяет смысловую структуру текста» [Щербакова, 2004: 137].

Под структурой текста понимается «целостная коммуникативно - обусловленная совокупность отношений компонентов» [Нелюбин, 2001: 182].

О. Ю. Щербакова в своей диссертации подробно анализирует структуру устной деловой коммуникации и выделяет в ней следующие структурные элементы:

- 1) заголовок (подзаголовок);
- 2) вступление;
- 3) основная часть;
- 4) заключение [Щербакова, 2004].

По мнению исследователя, «данный комплекс композиционно-структурных элементов выполняет архитектонико-организующую функцию, функцию членения, играет важную роль в выявлении авторского отношения к теме выступления, так как обращает внимание аудитории на наиболее важные аспекты анализа» [Щербакова, 2004: 137].

Заголовок текста устной деловой коммуникации является важным элементом и содержит в себе тематику и идею коммуникации в сжатой форме. По мнению О. Ю. Щербаковой, «заголовки, как правило, представляют собой развернутое высказывание, состоящее из нескольких слов» [Щербакова, 2004: 138]. Автор указывает на то, что «заголовок и подзаголовок, являясь единым структурным элементом устной деловой

коммуникации, способны привлечь внимание слушателей, а также разъяснить содержание последующей речи, обеспечивает корректное понимание всего текста. Подзаголовок в свою очередь «обращает внимание слушателя на отдельные детали будущего выступления» [Щербакова, 2004: 139].

Кроме того, в своем исследовании О.Ю. Щербакова выявила, что в заголовке устной деловой коммуникации часто выражается отношение автора к затронутым в выступлении темам. Исследователь приходит к выводу о том, что «по мере развертывания текста реализуется сама сущность заголовка путём многократного повторения близких по значению слов и словосочетаний заголовка» [там же].

Рассмотрим заголовок речи министра иностранных дел РФ С.В. Лаврова «Настоящее и будущее глобальной политики: взгляд из Москвы». В данном выступлении можно выявить такие повторяющиеся выражения как: *международные отношения; российская политика; внешняя политика; решение проблем; мировое развитие и др.* Данный пример демонстрирует, что заголовок напрямую соотносится с содержанием речи и отражает его тематику.

Вступление, по мнению О. Ю. Щербаковой, является своего рода переходным звеном между заголовком и основной частью текста, его основная задача – «нацелить слушателя на адекватное восприятие основной части текста УДК» [Щербакова, 2004: 142]. Во вступлении, по мнению исследователя О. Ю. Щербаковой «выражается благодарность за возможность выступить с речью; авторская оценка события; определяется цель выступления; намечаются различные виды связи, которые смогут обеспечить последовательное изложение материала выступающего» [там же].

Основная часть устной деловой коммуникации, в зависимости от задачи, «представляет собой набор подтем или тематических рядов»

[Щербакова, 2004: 150]. Структура основной части выступления в основном зависит от замысла автора, его установки и характера информации, однако О. Ю. Щербакова выявляет некоторые закономерности расположения тематических рядов основной части устной деловой коммуникации. Исследователь выделяет последовательный, концентрический, параллельный и смешанный типы композиции текстов [там же].

Последовательный тип композиции подразумевает под собой переход от одного тематического ряда к другому по восходящей линии, при этом каждая следующая тема развивает предыдущую. Связь между тематическими рядами обеспечивается словосочетаниями и цепочки слов, имеющие оценочную семантику: *эффективное использование, серьезные исследования, устойчивый экономический рост, существенная корректировка, решительные действия, актуальная тема и др.* [там же].

О.Ю. Щербакова выделяет следующие типы композиции:

- 1) концентрический тип композиции обозначает основную идею речи в начале и в общей форме, а далее конкретизирует, обосновывает и обогащает новыми фактами;
- 2) параллельный тип композиции текста относится к речи, в которой темы не перетекают друг в друга, а дифференцируются, имеют четкую границу, не связываются семантически и могут использоваться в разном порядке;
- 3) смешанная композиция может иметь и варьировать черты других типов композиций [Щербакова, 2004].

Заключительная часть устной деловой коммуникации также является немаловажным элементом, так как именно здесь «раскрывается окончательный смысл всего выступления» [Щербакова, 2004: 160], при этом исследователь выделяет «клишированные фразы, которые чаще всего употребляются говорящим при переходе от основной части к заключительной: *таким образом, в заключение, подводя итог сказанному..., закончить выступление я хотел бы... и др.*» [Щербакова, 2004: 161].

Основным содержанием заключения, по мнению О.Ю. Щербаковой, является краткое повторение основной мысли выступления; оценка событиям и явлениям говорящего; рекомендации по решению тех или иных проблем; итог сказанному ранее; призыв к действиям; благодарность за внимание [Щербакова, 2004].

Е. В. Косарева композицией делового разговора называет «цепочку систему элементарных жанров речи, композиционно и логически связанных друг с другом» [Косарева, 2006: 87]. Анализируя жанровые особенности делового разговора, деловой беседы и делового совещания, исследователь выделяет следующие части композиции:

В деловом разговоре:

1) начало делового разговора – обычно выражается этикетным речевым жанром, т.е. приветствием;

2) собственно содержательная часть делового разговора – может быть выражена различными речевыми жанрами: вопрос-ответ, запрос-сообщение, обмен мнениями и т.п.;

3) конец делового разговора – элементарные этикетные речевые жанры: благодарность, прощание и т.п. Однако Е.В. Косарева отмечает, что первая и третья часть композиции часто отсутствуют [Косарева, 2006].

В деловой беседе:

- 1) начало беседы – установление контакта с собеседником, создание благоприятной атмосферы и привлечение внимания к разговору;
- 2) основная часть беседы представляет собой совокупность речевых жанров, таких как сообщение, обоснование выдвигаемых положений, аргументирование, опровержение доводов собеседника или согласие с ними.
- 3) окончание беседы чаще всего связано с подведением итогов и достижением основной цели, а также стимулированием собеседника к выполнению тех или иных действий и поддержке контактов в дальнейшем [Косарева, 2006].

В деловом совещании:

- 1) начало делового совещания – ведущий совещания определяет цель совещания, повестку дня, способы решения проблем, порядок ведения и оформления протокола.
- 2) основная часть делового совещания представляет собой выступление одного или нескольких докладчиков, которое представляется такими информативными и оценочными жанрами как итоги проделанной работы, результаты процессов, оценка ситуации и т.д.
- 3) окончание делового совещания – подведение итогов и прощание. «На этой стадии ведущий подводит итоги обсуждения, обобщая важнейшие положения, при этом в протоколе фиксируется, кто что будет выполнять, а затем прощается с участниками ДС» [Косарева, 2006: 142].

Таким образом, устная деловая коммуникация имеет специфические композиционные особенности, различные жанры устной деловой коммуникации в свою очередь также имеют особенности структурной организации текста.

1.4. Коммуникативная функция устной деловой коммуникации на примере брифингов, пресс-конференций и переговоров

В условиях стремительного развития многих сфер современного общества происходит закономерное изменение и развитие сферы делового общения. С изменением экономических моделей, общественных институтов, развитием международных экономических, политических и культурных связей расширяется поле делового общения, захватывая все больше сфер и количество людей, работающих в сферах управления и деловых отношений. Кроме того, появляются новые формы деловой коммуникации, вырабатываются методы достижения той или иной цели делового общения.

Многоплановый характер устной деловой коммуникации включает в себя большое количество функций, осуществляющихся с помощью вербальной и невербальной коммуникации.

Возможно рассмотреть функции коммуникации в общем контексте, описывая ее значение в жизни человека и общества. В то же время, можно обсуждать функции, которые присутствуют в отдельных коммуникативных актах и событиях. Часто в одном коммуникативном процессе может сочетаться несколько функций, среди которых одна или две будут основными.

В современном языкознании термины "функция" и "функциональный" часто используются и относятся к внутриязыковым характеристикам речи. Однако, есть и другое понимание функции, связанное с функциональным назначением языка во внеязыковой действительности, которое было введено В. фон Гумбольдтом [Гумбольдт, 2000]. Различные виды речи ориентированы на разные цели высказывания и условия общения, и эта мысль получила обоснование в начале XX века благодаря работам ученых, близких к "русскому формализму". Л. П. Якубинский является одним из первых, кто четко поставил проблему функциональной дифференциации

языка и речи. Факторы, определяющие речевую деятельность человека, классифицируются на психологические и социологические, среди последних выделяются условия, формы и цели общения [Якубинский, 1986]. О функциональной специализации и дифференциации языка и речи говорят, в основном, в связи с целями и формами общения.

Р. О. Якобсон выделял шесть компонентов речевой коммуникации: адресант, контекст, адресат, сообщение, код и контакт [Якобсон, 1975: 350-358]. Каждая функция общения сконцентрирована на одном компоненте: экспрессивная – на адресанте, референтивная – на контексте, конативная – на адресате, поэтическая – на сообщении, метаязыковая – на коде, а фатическая – на канале коммуникации. При этом соотношение функций Р.О. Якобсон представляет как иерархическое: «Различия между сообщениями заключаются не в монопольном проявлении какой-либо одной функции, а в их различной иерархии. Словесная структура сообщения зависит, прежде всего, от преобладающей функции» [Якобсон, 1975: 198].

Коммуникативная функция является главной функцией языка в сфере общения. Если рассматривать речевую деятельность вообще, то коммуникативная функция может проявляться в одном из трех видов:

- индивидуально-регулятивная функция, или функция избирательного воздействия, непосредственного или опосредствованного, на поведение одного или нескольких человек. Такое воздействие наиболее типично для употребления речи;
- коллективно-регулятивная функция; она реализуется в условиях так называемой “массовой коммуникации” (ораторская речь, радио, газета), рассчитанной на большую и недифференцированную аудиторию и характеризующейся прежде всего отсутствием “обратной связи” между говорящим и слушателями;
- саморегулятивная функция – при планировании собственного поведения.

Данные функции характерны для любого речевого высказывания вне зависимости от его цели и условий осуществления.

Если же рассматривать функции коммуникации более детально и в различных речевых ситуациях, то их количество будет намного больше. Одной из главных функций коммуникации является контактная функция.

А. А. Бодалев и В. Н. Панферов выделяют функции в соответствии с содержанием общения:

- коммуникативная (осуществление взаимосвязи людей на уровне индивидуального, группового и общественного взаимодействия);
- информационная (обмен информацией между людьми);
- когнитивная (осмысление значений на основе представлений воображения и фантазии);
- эмотивная (проявление эмоциональной связи индивида с действительностью);
- конативная (управление и коррекция взаимных позиций);
- креативная (развитие людей и формирование новых отношений между ними) [Бодалёв, Панферов, 1995].

В.А. Семиченко выделяет следующие функции общения:

- *контактная* – установление контакта как состояния обоюдной готовности к приему и передаче сообщения и поддержанию взаимосвязи во время взаимодействия;
- *информационная* – обмен сообщениями (информацией, мнениями, замыслами, решениями, состояниями), выдача запроса на информацию или ответа на полученный от партнера запрос;
- *побудительная* – стимулирование партнера по общению или общающегося (аутостимулирование), направление его активности на выполнение определенных действий;
- *координационная* – взаимное ориентирование и согласование действий для организации совместной деятельности;

- понимания – адекватное восприятие и понимание партнерами друг друга (намерений, установок, переживаний, состояний);

- амотивная – целенаправленное возбуждение в партнере нужных эмоциональных переживаний или неосознаваемый «обмен эмоциями», изменение с помощью партнера собственных переживаний и состояний;

- установление отношений – осознание и фиксирование своего места в системе ролевых, статусных, деловых, межличностных и других связей социальной общности, в которой данный человек находится;

- оказание влияния – изменение состояния, поведения, ценностно-смысловых образований партнера (намерений, установок, мнений, решений, представлений, потребностей, активности, действий, вкусов, норм и стандартов поведения, оценки и др.) [Семиченко, 1998].

Контактная функция общения – это создание взаимосвязи и общей готовности к передаче информации между людьми. Сегодня, благодаря технике, поддержание контакта легко, но установление контакта может препятствовать страх быть непонятым. Это является главным барьером для установления новых контактов и знакомств. Проблема установления контакта во все времена была присущей индивидам с разными особенностями психики, социальная обстановка и политическая ситуация в стране также могут затруднять установление контакта.

Информативная функция коммуникации. Информация представляется собой «сведения, содержащиеся в конкретном высказывании и представляющие собой объект передачи, хранения, переработки, воспроизведения» [Жеребило, 2016]. Люди обмениваются информацией между собой, а коммуникация играет роль посредника. Коммуниканты могут обмениваться сообщениями, мнениями, замыслами, решениями как для достижения практической цели, так и ради самого процесса коммуникации для поддержания отношений между людьми.

Интерактивная функция коммуникации связана с взаимодействием людей и организацией их совместной деятельности. Оно может быть кооперативным или конкурентным, причем кооперация является необходимой частью совместной деятельности. Взаимодействие включает в себя выработку стратегии, тактики и техники для достижения целей и вырабатывает формы и нормы совместной деятельности.

Взаимодействие может быть позитивным, состязательным или негативным. Кооперация представляет собой координацию усилий партнеров, разделение процесса и развитие межличностных отношений. Конкуренция может быть направлена на личный рост и увеличение должностной иерархии. Конфликт возникает из психологического антагонизма и конфликтных действий, и для деструктивных конфликтов характерно увеличение числа участников и напряженности [Лавриенко, 2008].

Функция коммуникации, направленная на достижение целей и регулирование деятельности участников, называется прагматической. Ее реализация требует совместного взаимодействия и контроля выполнения задач, а сам процесс общения может быть и самостоятельной потребностью. В рамках прагматической функции могут возникать необходимость мотивировать и запрещать действия партнера, а также создавать позитивные эмоциональные контакты.

В то время как экспрессивная функция касается выражения и понимания эмоций участников коммуникации. Она может проявляться как в вербальных, так и в невербальных средствах выражения. Указанные функции коммуникации могут в значительной степени влиять на эффективность общения и успех достижения поставленных целей.

Среди основных функций делового общения И.Н. Кузнецов выделяет следующие: «организация совместной деятельности; формирование и

развитие межличностных отношений; познание людьми друг друга» [Кузнецов, 2007: 24].

В данном параграфе рассмотрим коммуникативные функции устной деловой коммуникации на примере брифингов, пресс-конференций и переговоров.

Брифинг – «короткая пресс-конференция» [Ожегов, Шведова, 1995: 56]. В словаре Т.Ф. Ефремовой брифинг определяется как «информационное совещание представителей прессы, на котором излагается позиция правительства или каких-либо организаций по определенному вопросу, освещается ход каких-либо переговоров и т.п. [Ефремова, 2012].

Брифинг (англ. briefing, от brief краткий) – «встреча официальных лиц с представителями средств массовой информации, на которой вкратце излагается официальная позиция по определенному вопросу или согласованная сторонами, участвующими в международных переговорах, заседаниях, конференциях, информация об их ходе, взглядах сторон и т. д.» [Санжаревский, 2016: 47].

Пресс-конференция – «собрание представителей печати, радио, телевидения, официально созываемое для какой-нибудь важной информации, для ответов на вопросы» [Ожегов, Шведова, 1995: 321]. В других источниках уточняется, что пресс-конференция организуется с целью «информирования по актуальным вопросам, в форме беседы и ответов на вопросы» [Зубарев, Шамардин, 2012: 342].

Переговоры имеют два значения в словаре Ожегова: «1. Обмен мнениями с деловой целью, 2. То же, что разговор» [Ожегов, Шведова, 1995: 283]. В данной работе для исследования с нашей точки зрения больше подходит первое определение, так как одним из главных признаков деловой коммуникации является достижение определенной целью, в то время как разговор может не иметь конкретной цели.

Переговоры – «обмен мнениями для выяснения условий какого-нибудь соглашения» [Ушаков, 2014: 753]. Важной характеристикой переговоров является то, что «решение в данном случае вырабатывается совместно участниками переговоров, а не принимаются за них вышестоящими инстанциями [Санжаревский, 2016: 289]. В словаре Т.Ф. Ефремовой отмечается, что целью переговоров является договор о чем-либо, а также «обсуждение чего-либо с целью выяснения позиции сторон или заключения соглашения» [Ефремова, 2012]. Каждый участник деловых переговоров «ставит цель защитить свои интересы» [Романова, 2016: 182].

И. Н. Кузнецов, изучая методику установления контактов в деловом общении, выделяет несколько этапов данного процесса: «снятие психологических барьеров; нахождение совпадающих интересов; определение принципов общения; выявление качеств, опасных для общения; адаптация к партнеру и установление контакта» [Кузнецов, 2007:99].

На наш взгляд, все пять этапов можно проследить на примере деловых переговоров. На первом этапе «осуществляется функция снятия психологических барьеров, снижения напряжения между двумя сторонами переговоров, в результате чего происходит подготовка путей для последующего взаимодействия» [там же]. По мнению И.Н. Кузнецова, «инициатор коммуникации для достижения цели должен выбирать нейтральные темы разговора и оценки, с которыми нельзя не согласиться» [там же].

Второй этап установления контакта во время деловых переговоров направлен на поиск совпадающих интересов сторон. Автор отмечает, что «в основе данного этапа лежит поиск совпадений: совпадающие темы, мнения, оценки, переживания» [Кузнецов, 2007: 100]. Исследователь также говорит о том, что «совпадения выступают как платформа для сближения, так как у

сторон, разделяющих один и тот же интерес, чаще всего совпадают также суждения о других предметах и их оценка» [Кузнецов, 2007: 100].

Основной функцией третьего этапа является «обмен информацией об индивидуальных принципах общения и отборе ценных и ведущих качеств партнера» [Кузнецов, 2007: 101]. По мнению исследователя, для «достижения положительного результата переговоров, необходимо принимать все принципы общения другой стороны, так как это сформирует готовность стороны к взаимному принятию ваших принципов» [там же].

Главной функцией четвертого этапа, по мнению И.Н. Кузнецова, является «поиск тех качеств, которые еще не выявились на предыдущих этапах, но которые присущи человеку» [Кузнецов, 2007: 106]. Функция осуществляется «благодаря различным принципам, среди которых одним из значимых является принцип инициативы» [Кузнецов, 2007]. Он заключается в том, что одна из сторон, не ожидая сообщений от своего собеседника, демонстрирует готовность начать рассказ о себе, своих отрицательных чертах или слабостях. Принцип «Эквивалентности» подразумевает под собой умение сообщить о себе в той же мере, в которой сообщает о себе другая сторона. Кроме того, на данном этапе допустимы возражения и споры [там же]. В результате возможно обнаружить отрицательные качества партнёра, которые необходимо учитывать в дальнейшем общении.

Пятый этап – «адаптация к партнеру и установление контакта» [Кузнецов, 2007: 109]. После выявления основных положительных и отрицательных качеств собеседника создаются предпосылки для дальнейших отношений. И.Н. Кузнецов отмечает, что «для поддержания процесса взаимодействия на оптимальном уровне необходимо такое распределение ролей, при котором наиболее рационально используются ваши потенциалы, когда исполнение роли каждого участника общения соотносится и совпадает с ожиданиями другого» [там же].

Основным результатом установления контакта в деловой коммуникации, в частности деловых переговоров, является «понимание не только качеств партнера, но также мотивов и причин его действий» [Кузнецов, 2007: 109].

Брифинги и пресс-конференции имеют общие правила, которые помогут реализовать успешную коммуникацию. К ним относятся:

- четкое определение темы, цели и соответствующей подготовленности (стилистические данные, графики);
- содержательность и смысловая насыщенность изложения, исчерпывающая аргументация любого вывода;
- раздаточный материал должен быть составлен так, будто обо всем предстоящем никто никогда и ничего не слышал (используется самая простая терминология);
- использовать логически последовательную аргументацию, избегая внутренних противоречий в общении;
- запланировать достаточно времени на вопросы журналистов, не создавая ситуацию неудовлетворенности;
- отслеживать продолжительность пресс-конференции – максимум 40 минут, после чего обеспечить возможность работы журналистов с отдельными участниками.

Однако брифинг имеет и свои специфические особенности, которые требуют от выступающего следующего:

- досконально изучить необходимую информацию, чтобы не только суметь донести ее до слушателей, но и четко и ясно ответить на заданные вопросы слушателей;
- в случае необходимости привлечь компетентных людей;
- выстраивать мысли в логической последовательности, не перескакивать с одного вопроса на другой;

- не строить сложные, громоздкие предложения, так как они трудны для понимания. Лучше изъясняться кратко и четко;

- при постановке задач четко опередлять исполнителя и сроки выполнения задач;

- в конце брифинга нужно дать возможность присутствующим задать вопросы.

Пресс-конференция является одним из наиболее часто используемых способов общения компаний с представителями СМИ на деловом рынке. Для эффективности пресс-конференции также необходимо придерживаться некоторых принципов:

- ведущий должен представить участников; отвести нежелательный вопрос, т.е. оставить без ответа, ссылаясь на отклонение от объявленной темы; выбрать кандидата на очередной вопрос, объявить о начале и финале мероприятия;

- вступительная речь представителя перед началом пресс-конференции необходима, и она должна занимать по времени не более 5 минут и ее основная задача – задать эмоциональную тональность, чем снабдить информацией;

При этом ведущему пресс-конференции следует:

- не допускать преувеличений, называя вещи своими именами;
- проявлять уважение к своим конкурентам, политическим противникам, недоброжелателям;

- избегать вступления в споры, а также односложных ответов типа "да", "нет";

- избегать тем, освещение которых в прессе для компании нежелательно;

- не проявлять пристрастия или неприязни к кому-либо из приглашенных гостей; отказаться от втягивания в спор или дебаты.

Кроме того, компания должна предоставить возможность представителям прессы задать возникшие вопросы после выступления всех участников. В конце мероприятия представители компании должны выразить благодарность всем участникам за посещение пресс-конференции.

Чаще всего после официального закрытия пресс-мероприятия обычно проводят неофициальную часть – это может быть легкий фуршет, во время которого происходит неформальное общение и более близкое знакомство участников мероприятия.

Таким образом, языковое общение на брифингах и пресс-конференциях и функции коммуникации подчиняются особым правилам, которые определяют в свою очередь стратегии общения, роли речевого диалога общающихся сторон. Немаловажным является и отбор лексических единиц и языковых средств.

Выводы к главе I

Устная деловая коммуникация представляет собой сложное социальное явление и обладает стилистическими особенностями, которые отличают ее от письменной деловой речи. Прежде всего, это связано с тем, что устное деловое общение полностью зависит от речевой ситуации и фоновых знаний общающихся сторон.

Несмотря на наличие речевых шаблонов, строгих правил выбора лексики и соблюдения стилистики, в устной деловой коммуникации, в отличие от письменной, могут проявляться индивидуальные особенности участников общения, а также присутствовать разговорные языковые средства. Поэтому при изучении устной деловой коммуникации помимо лингвистических особенностей необходимо учитывать уровень коммуникативной культуры, индивидуальные языковые особенности говорящего, социальный статус, уровень образованности, пол, возраст и т.д.

В первой главе была рассмотрена жанровая и коммуникативно-функциональная природа деловой коммуникации. Устная деловая речь используется в конкретной сфере деятельности, в связи с чем имеет специфические характеристики и цели коммуникации.

Устная деловая коммуникация включает в себя множество жанров, каждый из которых обладает специфическими характеристиками, в то же время сохраняет в себе общие черты делового общения. Для выявления того или иного жанра устной деловой коммуникации необходимо наличие определенного устойчивого и повторяющегося сочетание определенных экстралингвистических и лингвистических параметров, которые характерны для той или иной коммуникативной цели, речевой ситуации, количества участников, характера их отношений, композиции речи и языковых средств.

Каждый жанр устной деловой коммуникации имеет специфические композиционные особенности, однако почти каждый жанр имеет в своей структуре данные разделы: начало, содержательная часть, конец.

Устная деловая речь может осуществлять большое количество функций с помощью вербальной и невербальной коммуникации, среди которых особое значение имеют функции установления контакта, организации совместной деятельности, обмена информацией, побудительная и координационная функции, функция установления отношений.

Глава II: Языковая организация устной деловой коммуникации на примере брифингов и пресс-конференций

2.1. Описание и анализ языковых особенностей устной деловой коммуникации на материале брифингов и пресс-конференций ведущих политических деятелей Российской Федерации

Для описания и анализа устной деловой коммуникации ведущих политических деятелей Российской Федерации, мы проанализируем языковые особенности брифингов и пресс-конференций, рассмотрим лингвистические и межкультурные аспекты устной деловой коммуникации.

Для описания и анализа устной деловой коммуникации ведущих политических деятелей Российской Федерации были использованы видеозаписи брифингов и пресс-конференций за последние 2 года, которые были отобраны из Интернета методом сплошной выборки (159 единиц). Методом направленной выборки были отобраны 70 единиц, которые на наш взгляд оказались самыми интересными и являются наглядным примером функционирования лексического и грамматического наполнения, а также синтаксических моделей делового стиля речи; в магистерской диссертации разобрано и проанализировано 20 единиц.

Принципами отбора материала являются:

- 1) Были отобраны выступления политических деятелей, чья речь показалась нам наиболее интересной с точки зрения анализа особенностей деловой речи. Ввиду ограниченного объема работы для анализа были выбраны 20 единиц.

Были отобраны выступления ведущих политических деятелей Российской Федерации: Сергей Викторович Лавров, Министр иностранных дел Российской Федерации; Мария Владимировна Захарова, директор департамента информации и печати Министерства иностранных дел

Российской Федерации, официальный представитель МИД России; Сергей Сергеевич Кравцов, Министр просвещения Российской Федерации; Сергей Алексеевич Рябков, заместитель министра иностранных дел России.

2) Расположение материалов в одних из самых крупных официальных ресурсов Рунета (на официальных сайтах Правительства России, Министерства иностранных дел России, а также Минпросвещения России). Были отобраны официальные выступления политических деятелей, которые закреплены только на официальных сайтах государственного образца.

Официально-деловая речь используется в сфере деловых отношений и направлена на достижение той или иной цели сторон. Устная деловая коммуникация предполагает возможность воздействия на собеседника или слушателей. В связи с этим устная деловая коммуникация имеет не только стилистическую, но и лексико-грамматическую специфику.

В создании любого текста одной из главных проблем является выбор слова. Использование той или иной лексики в контексте должно быть уместным с точки зрения множества аспектов: «его семантики, стилистической окраски и стилевой принадлежности, а также сочетании этого слова с другими словами в контексте» [Родина, 2018: 35]. В устной деловой коммуникации так же, как и в других функциональных стилях, использование лексических единиц регулируется правилами употребления слов и фразеологизмов в соответствии с:

- их точным лексическим значением;
- их стилистической принадлежностью;
- их лексической сочетаемостью;
- лексическим составом устойчивых сочетаний [там же].

Лексические особенности устной деловой коммуникации прежде всего заключаются в использовании большого количества заимствованных слов, международной лексики, стандартизированных выражений,

однокоренных слов, существительных с родовым значением, также аббревиатуры и сложносокращенных слов [Трофимова, 2004: 90-98].

В качестве примера рассмотрим выступление Министра просвещения Российской Федерации Сергея Кравцова на пресс-конференции в ТАСС, посвященной окончанию учебного года. Речь выступающего обезличена и ведется от третьего лица множественного числа: *«начинаем готовить под кураторством педагогических вузов учителей для работы в новых школах»; «нам удалось выстроить эффективную вертикаль управления»; «мы готовимся к реализации этого поручения и в следующем году»; «все предложения готовы обсуждать»; «проработали все вопросы с регионами»* и др. И лишь в заключительном предложении присутствует личное местоимение: *«Все предложения я буду смотреть лично»* [2].

Несмотря на то, что речь Министра относительно проста и не загружена стандартизированными фразами, все же в ней встречаются терминология и аббревиатуры: *«концессионер», «коэффициент», «ЕГЭ», «ОГЭ»*. Широко применяются глаголы и глагольные образования – причастия, деепричастия, отглагольные существительные и прилагательные: *«Утверждены правила, решен вопрос с финансированием, определен ключевой концессионер»*.

Синтаксис характеризуется присутствием неполных, безличных предложений, обращений, присоединительных конструкций, простых предложений, вводных слов и словосочетаний. Используются пассивные конструкции: *«средства заложены и на следующий учебный год»; «без сбоев были организованы выплаты за классное руководство»; «предписаны исключительно учебники, прошедшие экспертизу»* [2].

Деловое общение требует строгого использования речевых конструкций, стандарта, не допускается жаргон и т.д. Деловое общение предполагает владение профессиональным языком, знание терминов,

свойственных определенной области общения (юридической, дипломатической, управленческой).

В то же время для устной деловой речи иногда допускается использование разговорных слов, нарушение порядка слов в предложении, а также нарушение речевых шаблонов. Как уже отмечалось в первой главе, в сфере делового общения крайне важно учитывать допустимость использования тех или иных лексических единиц. Выбор различных лексических единиц зависит не только от сферы, но и от ситуации общения, наличия наблюдателей, степенью знакомства сторон и т.д. В качестве примера рассмотрим брифинг заместителя Министра иностранных дел Российской Федерации С.А. Рябкова на тему «Инициативы России по гарантиям безопасности» [1].

Основная часть выступления заместителя Министра состоит из подготовленного письменного текста, а потому в речи выступающего практически нет разговорной лексики. Однако в заключительной части брифинга, в основе которой лежит общение слушателей с выступающим, можно наблюдать лексическую специфику устной деловой речи говорящего. Так, в неподготовленной речи заместителя Министра иностранных дел РФ С.А. Рябкова встречается разговорная лексика (*«мы – одно, а нам – другое»*; *«Россия должна то, должна сё»*), нарушение порядка слов в предложении (*«ну посмотрим, конечно, что будет дальше происходить»*) и даже русские пословицы (*«в огороде бузина, а в Киеве – дядька»*) [1].

В зависимости от степени знакомства выступающего с задающими вопросы зрителями, менялся и лексический состав речи. Так, к ведущему брифинга Министр обращается по имени: *«Спасибо большое, Иван»*, а со знакомыми журналистами С.А. Рябков иногда обсуждает вопросы, не связанные с темой выступления. Рассмотрим диалог заместителя Министра с одним из журналистов:

- Здрасьте, Ангел, рад вас видеть! Как ваши дела?

- Отлично у меня дела, я хотел... с вами всегда приятно и полезно пообщаться.

- Взаимно.

- И в парке, и в продуктовом магазине.

- В парке, да, и в продуктовом магазине (смеется).

- Сергей Алексеевич, вот у меня такой вопрос. Если, допустим, гипотетическая ситуация: ну, пойдут навстречу ваши западные партнеры. Готовы ли взамен Россия пересмотреть свое военное сотрудничество с Китаем? [1].

В данном случае можно наблюдать использование разговорной лексики в ситуации делового общения: «здрасьте» вместо «здравствуйте», «как ваши дела?», «отлично у меня дела» [1]. С нашей точки зрения, анализируя данный пример, можно говорить об учете индивидуальных особенностей участников деловой коммуникации.

Следующий пример, который был рассмотрен – выступление и ответы на вопросы СМИ Министра иностранных дел Российской Федерации С. В. Лаврова на пресс-конференции по итогам визита в КНДР.

В целом, в речи Министра иностранных дел РФ полностью соблюдаются все принципы деловой коммуникации: его речь обезличена (*исходим из того, что...; приветствуем настрой германского бизнеса...; обсудили проблемы мировой политики; говорили о ситуации на Ближнем Востоке*), используется политическая терминология (*ведомство; резолюция; заседание; эскалация; переговоры; протесты*), международная лексика (*глобализация; бизнес; митинг*), а также сложносокращенные слова (*саммит; минобороны; росгвардия*), стандартизированные предложения (*действующий на основании*) и аббревиатуры (*ДРСМД; МИД; ЦИК; СБСЕ*) [7].

Однако, при ответах на вопросы журналистов были выявлены некоторые особенности. Чаще всего в речи Министра встречается нарушение порядка слов: *«Исходим из того, что решению этой задачи будет способствовать и подписание только что Плана межсидовских обменов на 2024-2025 гг.»*; *«Основное внимание уделили при этом ситуации на Корейском полуострове»*; *«Эту линию проводим мы совместно с КНДР и КНР»* [3].

И этой, этой неконструктивной линии, опасной линии, мы противопоставляем курс на обеспечение здесь деэскалации и недопустимости нагнетания напряжённости.

Наша общая заинтересованность в том, чтобы на основе уважения интересов безопасности друг друга, на основе равноправных договорённостей обеспечивать мир и стабильность в Северо-Восточной Азии.

К сожалению, эта резолюция не была принята, и я не уверен, что если бы она прошла, эта резолюция, что все бы так произошло, была бы объявлена пауза и решались бы гуманитарные проблемы. Но и призыва не получилось. США заблокировали её принятие, применив вето.

Вместо этого они требуют от всех соблюдать свои «правила», которые никто никогда нигде не публиковал, и никто никогда не видел [3].

При рассмотрении брифинга официального представителя МИД России Марии Захаровой, в речи выступающей было выявлено большое количество терминологии и интернациональных слов (*эскалация; оппозиция; оккупация; неонацист; терроризм; форум; саммит; трек; санкция; интеграция; милитаризация; инклюзивный* и др.), аббревиатуры (*АСЕАН; АТР; НАТО; МВД; СНГ; ООН*)

Речь обезличенная: Начинаем с графика министра иностранных дел Сергея Лаврова; Наши усилия будут сфокусированы на продвижении Российских интересов в азиатско-тихоокеанском регионе [7].

Во время выступления, помимо письменного текста, Мария Захарова также использовала устную спонтанную речь в виде коротких комментариев, для которой характерны повторы, инверсия и использование первого лица единственного числа: *«Но я больше хочу сказать, что Скотленд-ярд, который должен был хотя бы что-то сказать в ходе проведения расследования, уже какой год молчит. А почему молчит? Да потому что там, там те самые люди, которые проводят расследование и которые не хотят брать на себя ответственность за совершенные британскими спецслужбами подлог. Поэтому они и молчат»* [8].

Проведенный анализ наглядно показывает, что в устной деловой речи ведущих политических деятелей РФ можно наблюдать использование: аббревиатур, заимствованных слов, международной лексики, стандартизированных выражений, а также сложносокращенных слов.

2.2. Синтаксические особенности устной деловой коммуникации

В данном параграфе каждый отобранный нами пример рассматривается на синтаксическом уровне. Анализируя устную деловую речь, следует учитывать, что одним из главных признаков является ее спонтанность, а значит, необратимость речевого потока и одновременность обдумывания и реализации речи проявляется и на синтаксическом уровне.

Под синтаксисом мы понимаем, во-первых, «характерные для конкретных языков средства и правила создания речевых единиц» [Арутюнова, 1990: 448], во-вторых – «раздел грамматики, изучающий процессы порождения речи: сочетаемость и порядок следования слов внутри предложения, а также общие свойства предложения как автономной единицы языка и высказывания как части текста» [там же]. Учитывая вышесказанное, можно утверждать, что синтаксис тесно связан с построением речи.

Для синтаксиса устной деловой речи характерно использование неполных и безличных предложений, присоединительных и вводных конструкций, простых предложений, большого количества однородных членов предложений и др. [Щербакова, 2004: 160]. О. Ю. Щербакова, изучая экспрессивные особенности устной деловой речи, утверждает, что такие синтаксические конструкции, как лексический повтор, риторические вопросы в монологе, вводные конструкции и др. используются в устной деловой речи «с целью привлечь внимание к определенной части высказывания» [Щербакова, 2004: 85].

При рассмотрении устной деловой речи на синтаксическом уровне нами были выделены такие выразительные средства, как:

- повтор;
- параллельные конструкции;

- риторический вопрос;
- вводные конструкции;
- однородные члены предложения;
- инверсия.

О. Ю. Щербакова считает, что «устная деловая монологическая речь в большей степени, чем диалогическая близка письменной» [Щербакова, 2004: 160]. По мнению исследователя, это связано с тем, что такая речь является подготовленной, поэтому в ней практически отсутствуют признаки спонтанности. В отобранных нами примерах брифингов и пресс-конференций присутствуют как монологическая, так и диалогическая формы устного делового общения.

Рассмотрим синтаксические особенности устной деловой коммуникации на примере пресс-конференции Министра просвещения Сергея Кравцов «Суверенная система образования: итоги учебного года» [2].

Повтор

Как отмечает Л.Л. Нелюбин, «повтор - это повторение слова, словосочетания или предложения в составе одного высказывания, сопровождающееся выражением субъективно-оценочного отношения говорящего к предмету речи» [Нелюбин, 2001: 103].

Рассмотрим конкретные примеры:

Далее, утвердили единые федеральные образовательные программы и работаем над созданием единых учебников. Используем единые подходы к подготовке учителей, разработали и внедрили во всех школах единую государственную информационную систему [2].

В данном отрывке Министр просвещения РФ Сергей Кравцов с помощью повтора прилагательного «единый» делает акцент на систематизации и централизации всей системы образования в России.

Все программы, все программы различались по своему составу...

Сегодня же, сегодня в федеральных учебных планах этот показатель составляет 157 часов.

В 90-е годы 1 час у математиков забрали, сегодня в федеральных учебных планах для 5-9 классов мы выделили на математику 6 часов в неделю, 6 часов в неделю [2].

В данных случаях мы предполагаем, что целью говорящего является привлечение внимания слушателей к тому или иному отрывку выступления, подчеркивание важности определённого вопроса или результату проделанной работы.

Следующий пример – Брифинг заместителя Министра иностранных дел Российской Федерации С.А. Рябкова по итогам российско-американских переговоров по гарантиям безопасности Российской Федерации, Женева, 10 января 2022 года.

Заместитель МИДа, при ответе на вопрос журналиста, в речи часто использует повтор:

В любом случае, это не должно затягиваться, это не должно трансформировать в процесс, который занимает месяцы и годы.

Когда руководство Российской Федерации подчеркивает, что нужны срочные и немедленные ответы, это не фигура речи, это не преувеличение, это то, что сформулировано как, в кавычках, «полетное задание» для нас, для нашей делегации [1].

Повторы делают речь более динамичной, усиливают выразительность высказывания, они рассматриваются в лингвистической литературе как некоторое «целенаправленное отклонение от нейтральной синтаксической нормы, для которой достаточно однократного употребления слова» [Арнольд, 1991: 182].

Вот в этом маленьком примере, в этом маленьком страшном проявлении... [6].

Повторяющиеся единицы задерживают внимание аудитории на определенной части выступления, являются выразительным средством при передаче наиболее важной информации.

Параллельные конструкции

Параллельные конструкции – важнейшее синтаксическое средство выражения экспрессивности в устной деловой речи. Такие конструкции, имея одинаковое значение, могут быть выражены разной структурой и иметь различные функции [Курбанова: 4].

Мы всегда стараемся реагировать на все вопросы максимально четко, разъясняя и нововведения, и стратегии нашей системы образования [1].

Практически каждая школа, можно сказать, до сегодняшнего дня, могла преподавать те или иные разделы истории, определяя необходимость тех или иных тем [1].

Рассмотрим речь С.В. Лаврова на одной из пресс-конференций:

При рассмотрении торгово-экономических вопросов мы подтвердили заинтересованность в углублении инвестиционного сотрудничества, содействии нашим компаниям в реализации крупных проектов, включая «Северный поток-2».

Очевидно, что решению этой задачи призвано способствовать оказание гуманитарной помощи сирийцам не на дискриминационной основе, а также содействие реконструкции Сирии без предварительных условий, создание необходимых предпосылок для возвращения беженцев [20].

Эти параллельные конструкции помогают создать баланс и логическую последовательность в предложениях в деловом стиле.

При анализе данных примеров можно сделать вывод, что в устной деловой коммуникации чаще всего используются отглагольные

существительные и пассивные конструкции, что придает речи канцелярскую окраску.

В то же время, в речи выступающих присутствуют параллельные конструкции, подчеркивающие уравновешенность всего синтаксического единства. Также были выделены конструкции, акцентирующие внимание аудитории на определенной части выступления, тем самым усиливая эмоциональное воздействие на слушателей.

Однородные члены предложения

Т.В. Жеребило пишет о том, что однородные члены предложения – это «члены предложения, выполняющие одинаковую синтаксическую функцию, объединенные одинаковым отношением к одному и тому же члену предложения, связанные между собой сочинительной связью» [Жеребило, 2016: 288].

...у нас в стандартах появилось конкретное содержание образования, минимум, база, что ребенок, школьник осваивает по итогам первого, второго, третьего, пятого, других классов по каждому предмету [15].

В данном предложении параллельно организованы как главные члены *ребенок, школьник*, так и второстепенные члены *минимум, база*, которые объединяются бессоюзным видом связи. *Конкретное содержание образования* – это обобщающее сочетание, которое конкретизируется с помощью однородных членов *минимум, база*. Такой прием способствует созданию особой динамики всего предложения.

При этом мы даем современное содержание образования, ввели новые учебные курсы - вероятность и статистика для 7-11 классов, которые включают новые темы, такие как «Предоставление данных», «Статистика», «Вероятность», «Комбинаторика», «Логика»... [15].

Что касается физики, то сделан акцент на изучение основ современных технологий: nano-технологий, квантовых технологий.

Школьники получают представление о квантовых компьютерах, сотовой связи, современных космических исследованиях гидросферы [16].

В данных отрывках приводится перечисление образовательных курсов, включенные в новые программы.

Разговор был сложным, долгим, очень профессиональным, глубоким, конкретным, без попыток что-то приукрасить, обойти какие-то острые углы [11].

С.А. Рябков, говоря об итогах российско-американских переговоров по гарантиям безопасности Российской Федерации, использует большое количество синонимичных прилагательных (*сложный, долгий, глубокий, конкретный и т.д.*) с целью привлечения внимания слушателей к данному событию. В данном примере мы видим, что перечисляются семантически близкие слова, в результате чего усиливается экспрессия высказывания.

Высокая степень экспрессии создается использованием лексического повтора союзов между составляющими в первом примере. Как можно заметить, симметрично расположенные однородные дополнения являются компонентами семантико-структурных симметричных целых, так как характеризуются семантической общностью (обладают общими для всех признаками).

Риторический вопрос

О. Ю. Щербакова отмечает, что риторический вопрос – эмфатическое утверждение, «которое не предполагает ответа и является эффективным средством привлечения внимания» [Щербакова, 2004:169].

Школьники получают представление о квантовых компьютерах, сотовой связи, современных космических исследованиях гидросферы. Родители знают об этом? Интересно, да? [4].

С помощью риторических вопросов С. Кравцов привлекает внимание родителей к изменениям в школьной программе.

В данном отрывке риторический вопрос используется как переход от одной части высказывания к другой.

Кроме того, риторический вопрос, не предполагая ответа, все же вызывает у аудитории желание подискутировать по конкретному вопросу, делая ее не пассивным слушателем, а активным участником коммуникации.

Вот почему, например, тот же журнал The Time пишет неприглядные подробности?

А зачем увеличивали там коррупцию? Для чего все это нужно было?

Что из этого доходит? Какая часть из вооружений попадает на склады, подконтрольные киевскому режиму? Что из этого уже разворовывается на моменте даже не попадания на территорию Украины? [6].

Вводные слова

Как отмечает Д. Э. Розенталь, вводные слова – «слова, формально не связанные с членами предложения, не являющиеся членами предложения и выражающие отношение говорящего к высказываемому, указывающие на источник сообщения, на способ словесного оформления мысли, на отношения между отдельными мыслями в речи и т. д.» [Розенталь, 1976: 53].

Вводные слова обычно расположены в начале или середине предложения. В спонтанной речи они используются для передачи дополнительных сведений оценочного характера. В подготовленной речи вводные конструкции чаще всего используются «как единицы, разрушающие синтаксическую одноплановость высказывания, как способ передачи авторского отношения к предмету высказывания, способ авторского комментирования текста» [Щербакова, 2004: 119].

О. Ю. Щербакова на ряду с вводными конструкциями и соединительными элементами также выделяет вводные предложения. По

мнению исследователя, такие предложения «лишены структурной связи с предложением, они оформлены самостоятельно и не отражают фамматической связи с членами основного предложения. Их функция в предложении - функция добавочного сообщения и функция модальнооценочная, что делает их близкими с ВК и СЭ» [Щербакова, 2004: 120].

Рассмотрим использование вводных конструкций на конкретных примерах:

Ну, хочу сказать, что у нас в стандартах появилось конкретное содержание образования, минимум, база, что ребенок, школьник осваивает по итогам первого, второго, третьего, пятого, других классов по каждому предмету.

в первую очередь; я вернусь к...; я хотел бы сказать о ...; другая актуальная проблема заключается в том, что; я хочу обратить ваше внимание на...; следует отметить, что...; я скажу несколько слов о ...; ' позвольте мне...; в заключение; суммируя...;... и др. [17].

В данных примерах Министр Просвещения С. Кравцов использует вводные конструкции прежде всего, как связующую конструкцию между предложениями при переходе от одной темы к другой.

Но вы же прекрасно понимаете, без выделения этих денег и без дележки этих средств, собственно говоря, ничего бы этого и не было [6].

Не хочу возражать, но хотел бы констатировать, что Договор о ракетах средней и меньшей дальности (ДРСМД) запрещал развертывание пусковых установок [20].

В данных примерах вводные конструкции обращены к слушателям (*вы же прекрасно понимаете*), а также выражают отношение говорящего к сказанному (*не хочу возражать, но хотел бы констатировать*).

Комментирующие предложения

Комментирующие предложения – разновидность парентезы, дополнительная конструкция и могут занимать любое место в тексте и в предложении, но в то же время семантически они более значимы, чем обычные парентезы [Greenbaum, 1996].

Комментирующие предложения в устной деловой коммуникации чаще всего представляют собой второстепенную информацию, которая используется для уточнения или выражения собственной точки зрения говорящего. Это также имеет воздействующую и экспрессивную функцию.

В советское время в школе урок алгебры был ежедневно, ну, кто может помнит из родителей, ну, я кстати учился, я это помню, было 5 часов в неделю и 1 час геометрии [2].

Говоря о количестве часов, отведенных на изучение алгебры в СССР, С. Кравцов использует сразу два комментария: *кто может помнит из родителей* и *я это помню*. В первом случае министр апеллирует к опыту и памяти родителей школьников, которые учились в школе в советское время. Во втором случае говорящий обращается к собственному опыту, говоря о том, что он помнит данный факт.

В 1966 г, в 1966 г. В учебном плане для школ на изучение всех предметов на уровне основного общего образования, тогда, напомню, основное общее образование было с 4 по 8 классы, сегодня у нас с 5 по 9 классы, был выделен 141 час в неделю [2].

С помощью подобных вставок (*тогда, напомню, основное общее образование было с 4 по 8 классы*) оратор готовит новую информацию, которая соотносится с уже имеющейся, в результате чего слушатели легче осмыслят и освоят ее.

По всем предметам один учебник, за исключением истории, но мы сейчас, вы знаете, делаем единый учебник истории, об этом я говорил [2].

С помощью комментирующей фразы *вы знаете* привлекается внимание слушателей, ссылаясь на общеизвестный факт. Скорее всего, С.

Кравцов ссылается на предыдущие материалы выступлений, где было объявлено разработке единого учебника по истории. Таким образом, происходит связь этого выступления с общим контекстом информации, возникает эффект единства речи.

Как мы уже говорили, 16 ноября, то есть завтра, состоятся переговоры [6].

В данном случае М. Захарова аналогично с помощью фразы *как мы уже говорили* ссылается на материалы предыдущих выступлений.

Мы и сейчас, как я понимаю, если я не отстал от жизни, едем в Брюссель без согласованной повестки дня [2].

В данном отрывке С.А. Рябков вставляет комментарии *как я понимаю, если я не отстал от жизни*, чтобы выразить собственную оценку, а также выразить неуверенность в полной достоверности сказанного.

И надо будет оценить, есть ли перспектива для дальнейшего, причем скорого, следующего шага [1].

Здесь С.А. Рябков вставляет комментарий *причем* скорого и воздействует на аудиторию, подчеркивая необходимость скорейших действий.

Самоперебивы

Самоперебив – это «ретроспективная» реакция, возникающая при обнаружении несоответствия изначальной программе и состоящая в «отбраковке» некоторого, уже артикулированного, фрагмента дискурса [Баева, 2018].

Рассмотрим речь Министра просвещения РФ С. Кравцова:

...ввели новые учебные курсы - вероятность и статистика для 7-11 классов, которые включают новые темы: предоставление данных, статистика, вероятность, комбинаторика, логика и множество... ну это то, что нужно современному человеку [2].

Мы обновили федеральные государственные образовательные стандарты, обозначили в них четкие ориентиры в части духовного и патриотического... патриотического, личностного развития детей [2].

Так как школы работают с 1 сентября по единым федеральным программам, вот та проблема с переездом, что в одной школе изучается та тема... определенная тема, а в другой школе она изучалась раньше или будет изучаться позже, такого уже быть не должно [2].

Что касается времени на изучение того или иного предмета, тоже интересный... интересные данные.

Подобные перебивы в речи могут появляться по разным причинам. Иногда это просто оговорка выступающего из-за волнения, как в выше перечисленных примерах, в другом случае – изменение замысла оратора в процессе говорения:

Программы для 10-11 классов мы опробовали... обсуждали с 15 тысячами учителями. То есть, собрали те предложения... не просто наши эксперты, методисты, но и, конечно, обязательно практиков надо привлекать, лучших учителей, к разработке программ [2].

Все это создает эффект прерывистости речи, разрыв связи в предложении.

Инверсия

Т.В. Жеребило рассматривает инверсию как обратный порядок слов – «порядок слов в предложении, который не совпадает с порядком слов в словосочетании» [Жеребило, 2016: 276].

Вот интересные примеры приведу.

Впервые вот мы такой анализ провели [19].

Но и, конечно, обязательно практиков надо привлекать, лучших учителей, к разработке программ [18].

А что касается работы по линии Россия-НАТО, то там заседание не проводилось с 2019 года [3].

В данных случаях инверсия связана прежде всего со спонтанностью и неподготовленностью речи, в связи с чем говорящий просто не успевает всегда строить правильные предложения.

Таким образом, при анализе текстов устной деловой коммуникации на примере брифингов и пресс-конференций мы пришли к выводу, что наиболее характерными лингвистическими средствами на лексическом и синтаксическом уровне являются:

- 1) повторы, которые используются для систематизации информации (перечисление), а также для усиления выразительности речи;
- 2) параллельные конструкции, которые обращают внимание аудитории на определенную часть выступления и приносят ритмическую упорядоченность в речь говорящего;
- 3) риторический вопрос, который используется для привлечения внимания аудитории, активизации ее внутренней речи или для перехода от одной части выступления к другой;
- 4) вводные конструкции используются для связности частей высказывания между собой, логического и последовательного перехода от одной части к другой и выражения личной оценки говорящего;
- 5) однородные члены предложения помогают структурировать и упорядочивать информацию, делая высказывание более логичным и последовательным, помогают подчеркнуть параллелизм в идеях или действиях, что делает высказывание более убедительным и выразительным.
- 6) самоперебивы являются одним из главных признаков устной деловой коммуникации, что свидетельствует о спонтанности речи оратора и возможности изменения замысла говорящего в процессе выступления;
- 7) инверсия используется в устной деловой речи для акцентирования определенных частей предложения, создания эмоционального оттенка или для выделения ключевой информации. Инверсия также способствует разнообразию устного высказывания, делая его более интересным и

запоминающимся для аудитории. В деловой речи инверсия может использоваться для усиления воздействия на слушателя, выделения важных моментов или подчеркивания авторитетности говорящего.

- 8) комментирующие предложения, которые усиливают выразительность и воздействие речи на слушателей, а также уточняют информацию.

2.3. Языковые стандарты устной деловой коммуникации брифингов и пресс-конференций

В условиях глобализации и трансформации общества, а также появления множества форм делового сотрудничества изучение языковых стандартов устной деловой коммуникации позволит с высоким успехом вести переговоры, пресс-конференции и т.д. Конечным результатом посредством ведения такого общения должно стать успех в бизнесе, повышение эффективности деятельности, налаживание контактов, установление связей с новыми партнерами и многое другое.

По нашему мнению, под языковыми стандартами следует понимать совокупность форм речевого общения, правил, терминов, посредством которых осуществляется выражение мыслей человека и достижение той или иной цели в процессе деловых отношений. Основной целью делового общения посредством использования стандартов устной деловой коммуникации является достижение согласованности сторон, ориентация на взаимоотношения с юридическими лицами или группой лиц, понимание взаимовыгодности такого сотрудничества для обеих сторон.

Для проведения пресс-конференций обычно требуется опытный представитель, пользующийся авторитетом и доверием. Это также требует чувства спокойствия и уверенности в том, что выступающий перед аудиторией хорошо знает свой материал, умеет тактично сказать и ответить на интересующие вопросы.

Важно отметить, что пресс-конференции могут проводиться для получения позитивных новостей, таких как объявление о строительстве нового учреждения, которое увеличит прибыль в будущем и направит ее для развития деятельности. Оно также может быть проведено для уточнения информации, например, о поездке сотрудника компании в командировку и

целей визита, для объявления об увольнении работников в рамках сокращения штата.

Организация деловой коммуникации посредством пресс-конференций является особенно важной для руководителя организации или фирмы, поскольку позволяет донести необходимую информацию до подчиненных, установить более близкие контакты с партнерами по бизнесу, урегулировать возможные конфликты и недопонимания [Скаженик, 2016: 34].

На наш взгляд, организация пресс-конференций посредством устного делового общения может преследовать несколько целей, среди которых можно отметить следующие:

- 1) позиционирование организации (фирмы) и ее основных результатов деятельности;
- 2) укрепление деловых отношений посредством языковых коммуникаций;
- 3) презентация собственных разработок фирмы с добавлением речевых комментариев;
- 4) противодействие конкурентам, укрепление собственных позиций организации (фирмы);
- 5) обмен знаниями, опытом, навыками работы и т.д.

Кроме того, организация пресс-конференций также способна привлечь внимание общественности к своей деятельности, ее основным результатам работы и показателям.

Проведение пресс-конференций должно быть четко спланировано: определен формат и технология, время проведения, дата, языковые стандарты устной деловой коммуникации.

Для пресс-конференции очень важно наличие трех компонентов: констатация, интерпретация и вопрос. Констатация с точки зрения коммуникативного аспекта представляет собой процесс закрепления определенного фактора, позволяющего убедиться в необходимости формирования и реализации намерений. В качестве намерения могут

выступать: важность передачи имеющейся информации, достижения общего мнения и целей в решении поставленных вопросов. Интерпретация представляет собой реализацию смысла некоторого синтаксически законченного текста, представленного на конкретном языке. Что касается вопросов, то они могут носить поступающий характер от целевой аудитории, отдельных лиц с целью продолжения коммуникативного общения [Папкина, 2021:100].

При проведении пресс-конференции важно помнить, что такое мероприятие носит общественный характер и поэтому необходимо придерживаться этики делового общения и соблюдения языковых стандартов. Следовательно, текст речи выступающего перед аудиторией должен быть тщательно выверен и отработан. Рекомендуемая структура представляемого устного доклада должна содержать следующие основные части: введение, основная часть, заключение. В вводной части освещается информация о проблеме, целях и задачах ее решения, планируемых показателях. Основная часть содержит непосредственно информацию, связанную с деятельностью организации, ее потенциальными возможностями в решении поставленных целей и задач. Заключительная часть подразумевает собой подведение итогов деятельности, оценку ее результатов.

Регламент времени для выступления, как правило, составляет 15-20 минут. Считается, что этого времени вполне достаточно для того, чтобы изложить основную информацию и не утомить слушателей. В отличие от пресс-конференции, выступление говорящего на брифинге может увеличиться до сорока минут [Душкина, 2010].

Представление устного сообщения рекомендуется преподносить в заученной форме, а не посредством чтения. Таким образом, у слушателей создается положительное впечатление об уровне грамотности, компетентности докладчика, владении им основами деловой коммуникации.

Речь выступающего должна быть четкой, выразительной, структурированной, без спешки. Необходимо избегать слов-паразитов, например, «как бы», «это самое», «и все же» и т.д.). В особых случаях (в зависимости от вида пресс-конференции) допускается начать выступление с шутки для того, чтобы создать дружелюбную атмосферу и раскрепостить участников, создать непринужденную обстановку [Смирнов, 2020: 99].

Выступающий на пресс-конференции и брифинге должен соблюдать следующие основные правила и стандарты речевого поведения:

- 1) не допускать преувеличения событий, явлений в текстовом сообщении, называть вещи своими именами;
- 2) соблюдать субординацию, проявлять внимание и уважительность к участникам пресс-конференции;
- 3) уметь ненавязчиво преподнести информацию, грамотно ее аргументировать;
- 4) уметь избегать конфликтных ситуаций, споров в процессе общения;
- 5) проявлять умение грамотно отвечать на возникающие вопросы со стороны участников;
- 6) стараться не касаться тем не связанных с тематикой пресс-конференции;
- 7) придерживаться формы и этики деловой коммуникации при выступлении на пресс-конференции и т.д.

Следует отметить, что существуют определенные жанровые приемы, которые могут быть использованы при проведении пресс-конференций и брифингов. К таким приемам, по мнению специалистов, можно отнести следующие:

- 1) непосредственная работа со структурой текста – данная работа предполагает анализ текста на предмет его структурирования, установления логической взаимосвязи, последовательности изложения теоретического материала;

- 2) использование аргументационных приемов – подразумевает выражение собственной точки зрения на ту или проблему с приведением явных или косвенных доказательств;
- 3) вопросно-ответный формат построения деловой речевой коммуникации – организация общения в форме вопрос-ответ дает возможность выявить основные проблемы, найти причины их возникновения, определить тематику проведения дальнейших пресс-конференций;
- 4) использование текстов СМИ – для проведения пресс-конференций необходимости провести анализ различных текстовых материалов, в том числе СМИ, которые непосредственно могут быть связаны с темой пресс-конференции;
- 5) использование ролевых игр – использование ролевых игр позволяет более глубоко донести имеющуюся информацию по тематике пресс-конференции;
- 6) использование техники «мозговой штурм» – посредством применения данного метода участники пресс-конференции могут свободно выражать свои точки зрения, обмениваться мнениями и т.д. [Алешина, 2020: 302].

Следовательно, использование различных жанровых подходов позволяет повысить эффективность развития речевых навыков делового общения посредством формирования культуры публичных выступлений.

Существуют компоненты, формирующие основу для успешного делового общения. Коммуникация включает в себя устные аспекты, и предполагается, что устная коммуникация является одной из важнейших компетенций, необходимых для того, чтобы преуспеть на руководящей должности. Компании общаются внутри и за пределами компании. Внешняя коммуникация относится к отношениям с лицами за пределами компании; примерами могут служить инвесторы, поставщики и клиенты.

Внутренняя коммуникация относится к общению с сотрудниками. Она включает формальное и неформальное общение. Важной особенностью устной деловой коммуникации – простой язык, который ориентирован на

потребности аудитории. Он должен быть доступен, этичен, заслуживать доверия и практичности. Деловое общение преследует конкретную цель: получить желаемый отклик от аудитории. Простой язык помогает достичь этой цели.

Брифинги и пресс-конференции являются эффективным инструментом для взаимодействия всех участников, обмена знаниями, опытом и навыками. Эффективность их осуществления зависит от большого числа факторов: языковых стандартов устной деловой коммуникации, умения вести беседу, выбора жанра проведения данного мероприятия, этики делового поведения и т.д. Считаем, что необходимо применять комплексный подход, основанный на использовании различных методик и подходов проведения публичного мероприятия, эффективных инструментов коммуникативного общения, правил и стандартов языковой деловой коммуникации. Это позволит достичь синергетический эффект, решить поставленные цели и задачи пресс-конференции, стимулировать интерес со стороны участников посредством их общего взаимодействия между собой и т.д.

2.4. Межкультурные аспекты устной деловой коммуникации

В современном мире практически все представители политиков, бизнесменов, ученых и других профессий активно сотрудничают с коллегами из других стран. Быстрые темпы глобализации и интернационализации приводят к расширению международного взаимодействия представителей административных и деловых сфер разных стран.

Понятие «межкультурная деловая коммуникация» является неотъемлемой частью профессиональной культуры человека. Исследователь Е.Н. Малюга считает, что межкультурная деловая коммуникация – «искусство, владея которым, возможно преодолеть межкультурный шок, достичь взаимопонимания с иностранным деловым партнером» [Малюга, 2008: 31].

Под межкультурной деловой коммуникацией мы понимаем «сложный процесс установления, поддержания и развития контакта между людьми разных национальностей в профессиональной сфере, происходящий в условиях несовпадения национальнокультурных стереотипов мышления и поведения и принятых в обществе правил и стандартов, и в результате достижение деловой договоренности между заинтересованными сторонами» [Малюга, 2008: 31].

Межкультурная коммуникация охватывает как письменную, так и устную формы речи. В данном параграфе нами будут рассмотрены межкультурные аспекты устной формы деловой коммуникации. Как уже было сказано в первой главе данного исследования, понятие «коммуникация» широкое и охватывает не только вербальный язык, но и жесты, интонацию, мимику и т.д. Поэтому следует отметить, что для успешной межкультурной коммуникации недостаточно хорошее знание

иностранного языка. Это связано с тем, что «партнеры по коммуникации используют иностранный язык с одновременным накоплением культурологических знаний и формированием способности понимать ментальность носителей другого языка» [Малюга, 2008: 32].

У каждого народа есть свои традиции общения, которые находят выражение в ритуалах, поведении, жестах, мимике, движениях, образе мыслей и т. п. При деловой встрече представители разных культур действуют в соответствии со своими культурными нормами и национальным менталитетом.

По мнению С. Г. Тер-Минасовой, «культурный барьер гораздо опаснее и неприятнее языкового, культурные ошибки обычно воспринимаются намного болезненнее, чем ошибки языковые, несмотря на то, что первые гораздо более извинительны: различия культур не обобщены в своды правил, как различия языков, нет ни грамматик, ни словарей культур. Однако все мы знаем из собственного опыта, с каким добродушием обычно встречаются ошибки в иностранных языках его носителями. Культурные же ошибки, как правило, не прощаются так легко и производят самое отрицательное впечатление» [Тер-Минасова, 2000: 40].

Большой вклад в разработку проблем межкультурной коммуникации внес выдающийся британский лингвист Р.Д. Льюис. Автор поставил перед собой задачу показать, что культурные ценности не могут быть хорошими или плохими, логичными или иррациональными. Они разные у каждого народа, и надо научиться их правильно воспринимать. Р.Д. Льюис пишет, что «сравнение национальных культур часто начинается с выявления различий в социальном поведении. Приветствуя друг друга, японцы нежимают руки; они кланяются и не имеют привычки сморкаться в общественных местах. Бразильцы всегда образуют неуправляемые очереди на автобус, предпочитают коричневую обувь черной и приезжают на вечеринки с опозданием часа на два. Греки смотрят вам прямо в глаза,

кивают головой, когда хотят сказать «нет», и от случая к случаю бьют посуду о стены в ресторанах. Французы тщательно подчищают тарелку кусочком хлеба, макают булочку в кофе, а в бистро здороваются за руку с незнакомыми людьми. Британцы наклоняют глубокую тарелку от себя, едят горох, перевернув вилку, а в гольф играют даже под дождем» [Павлова, Кашаева, 2016: 28].

Изучение языковых единиц, отражающих национальные особенности культуры носителя языка: реалий, коннотативной и фоновой лексики с точки зрения официально-делового стиля речи, — способствует развитию лингвокультурологического компонента межкультурной деловой коммуникации. Язык как средство коммуникации является социальным и национальным феноменом.

Т. Астафурова выделяет следующие «типы коммуникативного поведения, проявляющиеся:

а) в специфике коммуникативного поведения иносоциума в целом (общезначимые нормы: правила и традиции);

б) в особенностях коммуникативного поведения представителей делового социума» [Астафурова, 1998: 54]. К основополагающим понятиям коммуникативного поведения относится также понятие «коммуникативная культура» как умение общаться в разных ситуациях. Культура — это «система кодифицированных образцов и норм поведения, деятельности, общения и взаимодействия людей, несущая релятивную и контрольную функцию в социуме» [Астафурова, 1998: 56].

Участники устной деловой коммуникации всегда ориентированы на достижение определенной цели. Регламентированность (ограничения по ряду национальных и культурных традиций, профессиональных и этических принципов) - одна из специфических особенностей межкультурной деловой коммуникации.

Рассмотрим межкультурные аспекты устной деловой коммуникации на конкретных примерах и выделим типичные вербальные и невербальные схемы.

Так, на пресс-конференции «Суверенная система образования: итоги учебного года» Сергея Кравцов во время своего выступления поворачивает в зал и обращается к сидящим в зале родителям:

Школьники получают представление о квантовых компьютерах, сотовой связи, современных космических исследованиях гидросферы. Родители знают об этом? (поворачивается в зал) Интересно, да? [4].

Можно предположить, что таким действием Министр просвещения пытается наладить контакт с аудиторией, а также получить одобрение от родителей.

На брифинге заместителя Министра иностранных дел Российской Федерации С.А. Рябкова между ним и журналистом произошел следующий диалог:

- Здравствуйте, Ангел, рад вас видеть! Как ваши дела?

- Отлично у меня дела, я хотел... с вами всегда приятно и полезно пообщаться.

- Взаимно.

- И в парке, и в продуктовом магазине.

- В парке, да, и в продуктовом магазине (смеется) [1].

Журналист, задавая вопрос, решил выразить личное отношение к Министру, выразив тем самым хорошее отношение к нему. Министр ответил журналисту взаимностью. Таким образом обе стороны продемонстрировали открытость и заинтересованность в разговоре.

С.В. Лавров, выступая на пресс-конференции по итогам визита в КНДР, при ответах на вопросы журналистов демонстрирует сдержанность и хорошую дистанцию. Темп его речи, мимика и жесты практически не меняются, однако при ответах на особенно серьезные вопросы, можно

наблюдать, как Министр иностранных дел РФ берет в руки ручку или бумагу и начинает вращать эти предметы, трет переносицу или делает длинные паузы между предложениями. Все вышеперечисленные признаки могут говорить об искренней озабоченности говорящего проблемой, о которой он говорит, а также особенной концентрацией при формулировке ответа на вопрос.

В отличие от С.В. Лаврова, С.А. Рябков во время выступлений чаще меняет темп речи. Например, на брифинге по итогам российско-американских переговоров по гарантиям безопасности Российской Федерации, заместитель министра иностранных дел довольно быстро произносит вступительное слово:

Добрый вечер, уважаемые коллеги. Я буду говорить по-русски, если у кого-то вопросы по-английски, я буду на них отвечать по-английски. Вначале несколько слов для затравки [3].

Далее речь выступающего становится намного медленнее, с длительными паузами между предложениями. При этом заместитель министра иностранных дел окидывает взглядом весь зал, а не смотрит в одну точку. Это заставляет слушателей обратить особое внимание на содержание выступления.

Кроме того, С.А. Рябков допускает больше личных комментариев, а также использует юмор для сглаживания некоторых вопросов. Рассмотрим следующий диалог журналиста и С.А. Рябкова:

- Сергей Алексеевич, по итогам, все-таки, переговоров, вы уже высказали различные немного оценки, но, все-таки, российская сторона...

- различные между кем и кем?

- ну, различные: вроде положительные, немного отрицательные, но все-таки...

(Рябков смеется) Обнадежили вас итоги этих переговоров и сам факт того, что они состоялись и можно ли говорить что это, все-таки, был

первый и единственный раунд, как вот вы недавно сказали или мы надеемся, что их будет несколько, как об этом говорил Ушаков в конце года? И есть ли понимание, что будет следующий раунд и какие вот временные рамки? Спасибо.

- Настолько сложный комплекс вопросов взаимопереплетенных, плюс к этому добавляются некоторые сюжеты, не относящиеся непосредственно к тематике гарантий безопасности, что одномерную картину просто невозможно дать [1].

Далее следует развернутый и длинный ответ на вопрос.

Речь журналиста достаточно отрывиста, с большим количеством вводных конструкций типа «все-таки», «ну», «как вот вы недавно сказали», благодаря чему демонстрируется неуверенность и волнение. С.А. Рябков, перебив вопрос журналиста и засмеявшись, возможно, стремился разрядить обстановку.

Таким образом, невербальные средства коммуникации более разнообразны, нежели вербальные. Выражение лица является наиболее важным наглядным средством, отражающим эмоции содержания речи человека. Если выступающий с энтузиазмом относится к тому, что он сообщает аудитории, его лицо выражает уверенность.

Мы считаем, что многие выступающие начинают говорить быстро, когда они волнуются. Выступающий должен изменять свою интонацию, четко артикулировать и делать паузы. Это делает речь более понятной.

При ответах на вопросы на английском языке С.А. Рябков говорит медленнее, подбирая правильные слова. Его взгляд при этом обращен в одну точку, так как говорящий особенно сосредоточен на собственной речи.

В практике международного общения существует требование осторожно пользоваться невербальными жестами, т.к. они могут интерпретироваться неадекватно нашему истолкованию. Это может

привести не только к неправильному пониманию поступающей информации, но и к нарушениям правил этикета или даже к оскорблению.

Особенность русского характера в этом аспекте заключается в том, что личность в общественных отношениях никогда не старается показать свою «самородную особенность» как какое-то достоинство. Устное социальное общение в России является строго регламентированным. Общий процесс стандартизации деловой письменной речи сказывается и на устном деловом общении. Вступая в деловые отношения, носитель русской культуры говорит, «как все» говорят в этих обстоятельствах, потому что так принято. Для русских представителей политики участие в деловом общении связано прежде всего с достижением определенного результата. В редких случаях демонстрируется личное отношение к той или иной ситуации.

Характерными чертами русских участников устной деловой коммуникации является сдержанность, спокойствие, искренность, ритмической мерности и скромности.

Высокий уровень межкультурной деловой коммуникации способствует достижению эффективного сотрудничества между деловыми партнерами. Знание социокультурных факторов помогает устранить типичные ошибки и непонимание, связанные с межкультурной деловой коммуникацией.

Выводы к главе II

Официально-деловая речь используется в сфере деловых отношений и направлена на достижение той или иной цели сторон. В связи с этим устная деловая коммуникация имеет не только стилистическую, но и лексико-грамматическую специфику.

Лексические особенности устной деловой коммуникации заключаются в использовании аббревиатур, заимствованных слов, международной лексики, стандартизированных выражений, а также сложносокращенных слов.

Деловое общение требует строгого использования речевых конструкций, стандарта, не допускается жаргон и т.д. Однако для устной деловой речи иногда допускается использование разговорных слов, нарушение порядка слов в предложении, а также нарушение речевых шаблонов. Выбор различных лексических единиц зависит не только от сферы, но и от ситуации общения, наличия наблюдателей, степенью знакомства сторон и т.д.

Наиболее характерными лингвистическими средствами на синтаксическом уровне являются: повторы, параллельные конструкции, риторический вопрос, вводные конструкции, однородные члены предложения, самоперебивы, инверсия, комментирующие предложения.

Брифинги и пресс-конференции являются эффективным инструментом для взаимодействия всех участников, обмена знаниями, опытом и навыками. Для осуществления эффективного взаимодействия и достижения поставленных целей необходимо соблюдать языковые стандарты устной деловой коммуникации.

Для участия в устной деловой коммуникации необходимо иметь высокий уровень знаний социокультурных факторов и культурных особенностей представителей разных стран.

Характерными чертами русских участников устной деловой коммуникации является сдержанность, спокойствие, искренность, ритмической мерности и скромности. Устное социальное общение в России является строго регламентированным и стандартизированным. Для русских представителей политики участие в деловом общении связано прежде всего с достижением определенного результата. В редких случаях демонстрируется личное отношение к той или иной ситуации.

Заключение

На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Выявлена жанровая и коммуникативно-функциональная природа деловой коммуникации. Устная деловая коммуникация включает в себя множество жанров, каждый из которых обладает специфическими характеристиками, в то же время сохраняет в себе общие черты делового общения. Для выявления того или иного жанра устной деловой коммуникации необходимо наличие определенного устойчивого и повторяющегося сочетания определенных экстралингвистических и лингвистических параметров, которые характерны для той или иной коммуникативной цели, речевой ситуации, количества участников, характера их отношений, композиции речи и языковых средств. Устная деловая речь может осуществлять большое количество функций с помощью вербальной и невербальной коммуникации, среди которых особое значение имеют функции установления контакта, организации совместной деятельности, обмена информацией, побудительная и координационная функции, функция установления отношений. Проанализирована структурная организация устной деловой речи. Каждый жанр устной деловой коммуникации имеет специфические композиционные особенности, однако почти каждый жанр имеет в своей структуре данные разделы: начало, содержательная часть, конец.

Описаны и проанализированы языковые особенности устной деловой речи. К ним относятся: использование аббревиатур, заимствованных слов, международной лексики, стандартизированных выражений, а также сложносокращенных слов. Наиболее характерными лингвистическими средствами на синтаксическом уровне являются: повторы, параллельные

конструкции, риторический вопрос, вводные конструкции, однородные члены предложения, перебивы, инверсия, комментирующие предложения.

Выявлено, что, несмотря на то что деловое общение требует строгого использования речевых конструкций, стандарта, не допускается жаргон и т.д., для устной деловой речи иногда допускается использование разговорных слов, нарушение порядка слов в предложении, а также нарушение речевых шаблонов. Выбор различных лексических единиц зависит не только от сферы, но и от ситуации общения, наличия наблюдателей, степенью знакомства сторон и т.д., а также от индивидуальных особенностей говорящего.

Раскрыты межкультурные аспекты устной деловой коммуникации. Характерными чертами русских участников устной деловой коммуникации является сдержанность, спокойствие, искренность, ритмической мерности и скромности. Устное социальное общение в России является строго регламентированным и стандартизированным. Для русских представителей политики участие в деловом общении связано прежде всего с достижением определенного результата. В редких случаях демонстрируется личное отношение к той или иной ситуации.

Мы считаем, что данное исследование позволяет выявить существенные лингвистические особенности текстов устной деловой коммуникации на уровнях синтаксиса и лексики, обнаружить выразительные средства, влияющие на успешность коммуникации в деловой среде, изучить структурно-композиционные особенности устной деловой коммуникации, которые способствуют ясности и понятности изложения, а также рассмотреть межкультурные аспекты устной деловой коммуникации, понимание которых способствует достижению эффективного сотрудничества между деловыми партнерами.

Список литературы

1. Акимова Г. Н. Новое в синтаксисе современного русского языка: Учебное пособие. – М.: Высшая школа, 1990. – 168с.
2. Алешина И. В. Паблик Рилейшнз для менеджеров. – М.: ИКФ «ЭКМОС», 2020. – 480 с.
3. Анисимова Т. В. Типология жанров деловой риторики (риторический аспект): автореф. дис. д-р. филол. наук: 10.02.19. – Краснодар, 2000. – 46 с.
4. Арнольд И. В. Основы научных исследований в лингвистике: учебное пособие. – М.: Высшая школа, 1991. – 140с.
5. Астафурова Т.Н. Варьирование речевой деятельности в межкультурном деловом общении // Языковая личность: жанровая речевая деятельность. – Волгоград, 1998. –54-62 с.
6. Баева Е. М. Хезитационные явления в устных монологах низкой степени спонтанности. Код доступа URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hezitatsionnye-yavleniya-v-ustnyh-monologah-nizkoj-stepeni-spontannosti/viewer>. (дата обращения: 15.12.2023).
7. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / Бахтин М. М. Собр. соч. – М.: Русские словари, 1996. – Т.5. – С.159-206.
8. Бодалев А. Б. Личность и общение. – М.: Международная педагогическая академия, 1995. – 328 с.
9. Буторина Е. П. Русский язык и культура деловой речи / Е. П. Буторина, Н. Л. Карнаух. – М.: Термика.ру, 2015. – 192 с.
10. Варакута С. А. Связи с общественностью. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 207 с.
11. Введенская Л. А. Деловая риторика: учебное пособие / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2022. – 512 с.
12. Гойхман О. Я. Речевая коммуникация. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 272с.

13. Гумбольдт В. фон О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества // Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языковедению. – М.: ИГ «Прогресс», 2000. – 400 с.
14. Долинин К. А. Речевые жанры как средство организации социального взаимодействия / Жанры речи. – Саратов: Колледж, 1999. – С.7-13.
15. Дускаева Л. Р. Стилистика официально-деловой речи / Л. Р. Дускаева, О. В. Протопопова. – М.: Академия, 2012. – 272 с.
16. Душкина М. Организация и проведение мероприятий в PR-кампании // Энциклопедия маркетинга. Код доступа URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/pr/main_events.htm
17. Казакова О. А. Деловая коммуникация: учебное пособие / О. А. Казакова, А. Н. Серебренникова, Е.М. Филиппова; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 132 с.
18. Казарцева О. М. Культура речевого общения: Теория и практика обучения. – М.: Флинта-Наука, 1999. – 183 с.
19. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации. – М.: Флинта-Наука, 2013. – 175 с.
20. Ключев Е. В. Речевая коммуникация; Успешность речевого взаимодействия: учебное пособие. – М.: РИПОЛ классик, 2002. – 320 с.
21. Кожица М.Н. Стилистика русского языка / М.Н. Кожица, В. А. Салимовский, Л. Р. Дускаева. – Флинта, 2008. – 932 с.
22. Колтунова М.В. Язык и деловое общение. Нормы, риторика, этикет. Учебное пособие для вузов. – М.: ОАО «НПО» Экономика», 2000. – 271 с.
23. Косарева Е. В. Устное деловое общение в системе речевых жанров: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.01 / Косарева Елена Вадимовна. – СПб, 2006. – 24 с.
24. Кузнецов И. Н. Деловое общение: Учебное пособие. – М., 2007. – 378 с.

25. Курбанова З.Ф. Параллельные конструкции и ключевые предложения в абзаце научной речи. Код доступа URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/parallelnye-konstruktsii-klyuchevye-predlozheniya-v-abzatsе-nauchnoy-rechi/viewer>. (дата обращения: 25.11.2023).
26. Кушнерук С. П. Документная лингвистика. Волгоград, 2007. – 234 с.
27. Ланских А. В. Культура деловой речи: учебное пособие. – Екатеринбург: УРФУ, 2016. – 87 с.
28. Лаптева О. А., Современная русская публичная речь в свете теории стиля. Вопросы языкознания. – М.: Наука, 1978. №1. – С. 18-37
29. Лустрэ Л. Х. Формы речи и параметры устной официально деловой коммуникации: материалы международной научно практической конференции / Санкт-Петербургский государственный университет, 2007. – С. 170-172.
30. Львова А. С. Педагогические коммуникации: устное деловое общение педагога. – М.: Юрайт, 2019. – 185 с.
31. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003. – 280 с.
32. Малюга Е.Н. Лингвокогнитивные аспекты межкультурной деловой коммуникации // Код доступа URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokognitivnye-aspekty-mezhkulturnoy-delovoy-kommunikatsii/viewer>. (дата обращения: 10.01.2024).
33. Мельникова С. В. Деловая риторика. – Ульяновск: УлГТУ, 2000. – 106 с.
34. Мирошниченко А. А. Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. – М.: Книжный мир, 2018. – 384 с.
35. Мочалова Я. В. Влияние образования на формирование личности // Актуальные проблемы развития науки и современного образования. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2017. – С. 246-247.
36. Низкодубов Г. А. Декомпозиция некоторых видов устного делового общения с позиции теории речевых жанров / Г. А. Низкодубов // Вестник

- Томского государственного педагогического университета, 2011. – № 5. – С.73-79.
37. Основы русской деловой речи: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Н. А. Буре, Л. Б. Волкова, Е. В. Косарева и др. – СПб.: Златоуст, 2012. – 448 с.
 38. Павлова Л. Г. Основы делового общения. – М.: Феникс, 2017. – 746 с.
 39. Павлова Л. Г., Кашаева Е.Ю. Межкультурные аспекты деловой коммуникации. Код доступа URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnye-aspekty-delovoy-kommunikatsii/viewer> . (дата обращения: 29.12.2023).
 40. Папкова О. В. Деловые коммуникации. – М.: Инфра-М, 2021. – 160 с.
 41. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов/ В.Ю. Дорошенко, Л.И. Зотова, В.И. Лавриненко и др. – М.: Культура и спорт: «ЮНИТИ», 1997. – 279 с.
 42. Родина И. В. Культура русской деловой речи и деловая риторика / И. В. Родина, Л. В. Промах. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2018. – 204 с.
 43. Русская разговорная речь: Фонетика, морфология, лексика, текст/АН. СССР. Ин-т рус. яз. Отв. Ред. Е.А Земская. – М.: Наука, 1993. –237с.
 44. Самохина Т. С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств. – М.: Валент, 2015. – 216 с.
 45. Семиченко В.А. Психология общения. – К.: «Магістр-S» 1998г. – 152с.
 46. Скаженик Е. Н. Деловое общение. – Таганрог: ТРГУ, 2016. – 101 с.
 47. Смирнов Г. Н. Этика деловых отношений. – М.: Проспект, 2020. – 321 с.
 48. Сурикова Т. И. Лингвистические основы деловой коммуникации / Т.И. Сурикова, В.И. Коньков. – М: ИНФРА-М, 2021. – 248 с.
 49. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – Москва: Слово, 2000. – 165 с.

50. Трофимова Г. К. Русский язык и культура речи: Курс лекций. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 160 с.
51. Федосюк М. Ю. Нерешенные вопросы теории речевых жанров // Вопросы языкознания, 1997. – №5. – С. 102-106.
52. Формановская Н. И. Культура общения и речевой этикет. – М.: Икар, 2004. – 234 с.
53. Химик В. В. Коммуникативно-речевые идеалы современного чиновника // Филологический класс, 2010. – № 24. – С.45-47.
54. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра. – Саратов: Колледж, 1997. – С. 88-98.
55. Щербакова О. Ю. Структурно-композиционные и лингвистические экспрессивные особенности устной деловой коммуникации (в английском и русском языках): дис. канд. филол. наук: 10.02.20. – Москва, 2004. –192 с.
56. Якубинский Л. П. О диалогической речи // Избранные работы. Язык и его функционирование. – М.: Наука, 1986. – С. 17-59.
57. Greenbaum S. The Oxford English Grammar. – Oxford, 1996.

Список словарей

1. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000. – 1088 с.
2. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов и понятий. Назрань: Пилигрим, 2016. – 610 с.
3. Зубарев Ю.А., Шамардин А.И. Энциклопедический словарь терминов по менеджменту, маркетингу, экономике, предпринимательству: Учебное пособие: в двух томах. Т. II. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2012. – 608 с.
4. Кожина М.Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / М.Н. Кожина, Е.А. Баженова, М.П. Котюрова, А.П. Сковородников. – Флинта, 2011. – 696 с.
5. Нелюбин Л. Л. Толковый переводоведческий словарь: учебное пособие. – М., 2001. – 282 с.
6. Ожегов, С.И.; Шведова, Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: АЗЪ, 1995.
7. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. Изд. 2-е. – М.: Просвещение. 1976. – 399 с.
8. Романова Н. Н., Филиппов А. В. Словарь. Культура речевого общения: этика, прагматика, психология. – М.: "ФЛИНТА", 2016. – 304 с.
9. Санжаревский И.И. Политическая наука: словарь-справочник. – Тамбов, 2016. – 988 с.
10. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. – М., 2003. – 696 с.
11. Ушаков, Д. Н. Толковый словарь современного русского языка. – М.: Аделант, 2014. – 800 с.

Интернет-источники

1. Брифинг заместителя Министра иностранных дел Российской Федерации С. А. Рябкова на тему «Инициативы России по гарантиям безопасности», Москва, 17 декабря 2021 года // Министерство иностранных дел Российской Федерации. Код доступа URL: https://mid.ru/ru/press_service/deputy_ministers_speeches/1790874/ (дата обращения: 08.10.2023).
2. Выступление Министра просвещения Российской Федерации Сергея Кравцова на пресс-конференции в ТАСС, посвященной окончанию учебного года // Минпросвещения России. Код доступа URL: <https://edu.gov.ru/press/4001/vystuplenie-ministra-prosvescheniya-rossiyskoy-federacii-sergeya-kravcova-na-press-konferencii-v-tass-posvyaschennoy-okonchaniyu-uchebnogo-goda/> (дата обращения: 08.10.2023).
3. Выступление и ответы на вопросы СМИ Министра иностранных дел Российской Федерации С. В. Лаврова на пресс-конференции по итогам визита в КНДР, Пхеньян, 19 октября 2023 года // Министерство иностранных дел Российской Федерации. Код доступа URL: https://www.mid.ru/ru/press_service/video/vistupleniya_ministra/1910193/ (дата обращения: 21.10.2023).
4. Пресс-конференции Сергея Кравцова «Суверенная система образования: итоги учебного года» // РИА Новости. Код доступа URL: <https://ria.ru/services/video/embed/1874054448-1874055129.html> (дата обращения: 08.12.2023).
5. Брифинг официального представителя МИД России М. В. Захаровой, Москва, 6 июля 2023 года. // Код доступа URL: https://www.youtube.com/watch?v=Mzw7h_w6Fek (дата обращения: 25.12.2023).

6. Брифинг официального представителя МИД России М. В. Захаровой, Москва, 15 ноября 2023 года // Министерство иностранных дел Российской Федерации. Код доступа URL: https://mid.ru/ru/press_service/spokesman/briefings/1914910/ (дата обращения: 15.12.2023).
7. Выступление и ответы на вопросы СМИ Министра иностранных дел России С.В. Лаврова в ходе совместной пресс-конференции по итогам переговоров с Федеральным министром иностранных дел ФРГ Х. Маасом, Москва, 21 августа 2019 года. // Министерство иностранных дел Российской Федерации. Код доступа URL: https://www.mid.ru/ru/foreign_policy/news/1467912/ (дата обращения: 05.11.2023).
8. Брифинг официального представителя МИД России М. В. Захаровой, Москва, 9 февраля 2022 года. // Министерство иностранных дел Российской Федерации. Код доступа URL: https://www.mid.ru/ru/foreign_policy/news/1797611/ (дата обращения: 07.11.2023).
9. Брифинг официального представителя МИД России М. В. Захаровой, Москва, 29 декабря 2022 года. // Министерство иностранных дел Российской Федерации. Код доступа URL: https://mid.ru/ru/press_service/video/posledniye_dobavlnenniye/1846048/ (дата обращения: 08.11.2023).
10. Брифинг официального представителя МИД России М. В. Захаровой, Москва, 7 октября 2021 года // Министерство иностранных дел Российской Федерации. Код доступа URL: https://www.mid.ru/ru/press_service/spokesman/briefings/1778290/ (дата обращения: 10.10.2023).
11. Пресс-конференция заместителя Министра иностранных дел Российской Федерации, шерпы России в БРИКС Сергея Рябкова. // Россия сегодня. Код доступа URL: <https://pressria.ru/20230825/955243807.html> (дата обращения: 15.01.2023).
12. Брифинг С. Рябкова, Женева, 10 января 2022 года. // YouTube. Код доступа URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Fli1CGvVxTA> (дата обращения: 16.01.2023).

13. Брифинг С. А. Рябкова в преддверии Девятой Обзорной конференции КБТО, Москва, 24 ноября 2022 года // YouTube. Код доступа URL: <https://www.youtube.com/watch?v=H-a7КСynvhU> (дата обращения: 10.02.2023).
14. Пресс-конференция С. Рябкова об актуальных вопросах международной повестки дня, 9 февраля 2023 г. // YouTube. Код доступа URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nf12qEOLTj8> (дата обращения: 12.02.2023).
15. Онлайн-конференция Министра просвещения Российской Федерации Сергея Кравцова. // Россия сегодня. Код доступа URL: <https://pressria.ru/20230525/954759873.html> (дата обращения: 14.02.2023).
16. Пресс-конференция Сергея Кравцова // Министерство просвещения Российской Федерации. Код доступа URL: https://vk.com/minprosvet?w=wall-30558759_372579 (дата обращения: 20.12.2023).
17. Брифинг Министра просвещения Сергея Кравцова // Правительство России. Код доступа URL: <http://government.ru/gov/persons/314/videos/> (дата обращения: 21.12.2023).
18. Брифинг Министра иностранных дел Российской Федерации С.В. Лаврова по широкому кругу международных проблем, включая гуманитарные аспекты в контексте ситуации вокруг Украины, Москва, 30 июня 2023 года // Министерство иностранных дел Российской Федерации. Код доступа URL: https://www.mid.ru/ru/press_service/video/posledniye_dobavlnenniye/1894785/ (дата обращения: 18.09.2023).
19. Пресс-конференция С. Лаврова по итогам визита в США, Нью-Йорк, 25 апреля 2023 года // YouTube. Код доступа URL: <https://www.youtube.com/watch?v=e8qXNyf-IHw> (дата обращения: 14.10.2023).

20. Ежегодная пресс-конференция С.Лаврова по итогам 2022 года, Москва, 18 января 2023 года. // YouTube. Код доступа URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fmTZIyBj3IU>

Список статей автора по теме Выпускной квалификационной работы

1. Чжан Ибо Языковые стандарты устной деловой коммуникации на примере прессконференций // Современный ученый. 2023. № 6. С. 139 – 143.
2. Чжан Ибо Педагогические инструменты обучения иностранных студентов основам устной деловой коммуникации // Современное педагогическое образование. №12. 2023. С. 397-400.