

УДК 811.111.742

## **ТРИ АСПЕКТА КОММУНИКАТИВНОЙ СТИЛИСТИКИ (на материале делового дискурса)**

**С.В. Мкртычян**

Тверской государственной университет, Тверь

Прослеживается генезис интегративного знания о стиле через призму трёх аспектов коммуникативной стилистики (системно-структурного, когнитивного и прагматического) на материале делового дискурса.

**Ключевые слова:** коммуникативная стилистика, интегративный подход, деловой дискурс, управленческий социолект, концептуальная оппозиция СВОЙ – ЧУЖОЙ, речевая тактика.

### **Вводные замечания**

Предлагаемая публикация посвящена дальнейшему уточнению интегративной концепции коммуникативной стилистики (далее – КС). Цель статьи – продемонстрировать объяснительные возможности КС на ограниченном материале русского устного делового дискурса на примере исследования управленческих коммуникативных стилей (далее – УКС). Разрабатываемая нами концепция КС как частный исследовательский опыт продолжает и углубляет идеи функционализма в стилистике. Логика изложения материала в рамках данной статьи подчинена этапности проведения исследования УКС в трёх аспектах КС и связывается с генезисом интегративного знания о стиле.

Предварительно определим, что объектом КС выступает дискурс, под которым понимается коммуникативная деятельность в «коммуникативно-прагматическом пространстве» (термин И.П. Сусова) или в «определённой обстановке» (по Л.В. Щербе), а предметом – коммуникативный стиль, который трактуется нами как типичная / типовая манера коммуникативной деятельности [3, с. 40]. Основной операционной единицей КС выступает двуединая когнитивно-коммуникативная единица – речевая тактика / тактический ход (подробно см. [3, с. 126–130]). Объектом исследования выступает *устный деловой дискурс*. Зона неофициальной коммуникации участников дискурса квалифицируется как универсальная для различных профессиональных сфер основа делового общения, служащая единой внешней стилистической средой.

### **Системно-структурный аспект КС**

Принципиальное интегрирование понятий *стиль* и *деятельность* фокусирует системно-структурный аспект коммуникативной стилисти-

ки на функциональности дискурсивного стилистического континуума. Статус стилистического ядра деловой речи приобретает обиходно-деловая речь как наиболее показательная манифестация отношений между участниками дискурса, которые предопределяют стилистический выбор. Фронтальное привлечение всех языковых единиц ограниченного хронологического среза изучаемой разновидности речи является вспомогательным приёмом, направленным на распределение всего массива языковых фактов по критерию «нейтральное – социально маркированное».

Выводы, полученные в качестве «стартового» материала для дальнейшего исследования, сводятся к следующему.

1. Общим для всех социальных сфер можно считать *управленческий социолект* – словоупотребительные особенности речи, отражающие коллективную специфику управленческой деятельности; это позволяет строить универсальную для различных сфер типологию управленческих коммуникативных стилей.

Например, глагольные лексемы «прогнуться», «рубануться» используются в значении 'услужить, проявляя угодничество; сделать что-либо раболепно'. Ср. с кодифицированным 'от тяжести получить изгиб, выгнуться; распрямить и выгнуть спину' [4, с. 626]. Лексема «рубануться» не кодифицирована.

Специфичное грамматическое управление имеет глагол «задействовать». В словарях он употребляется как переходный только с неодушевлённым объектом – «задействовать что» в значении 'ввести в действие', 'привлечь к использованию' («задействовать оборудование, методы»). В управленческом дискурсе он активно употребляется с одушевлённым объектом, как будто речь идёт исключительно о средстве, орудии. Такое употребление этого глагола не является чем-то новым, он употреблялся комсомольскими функционерами ещё 30 лет назад, когда в общественное сознание активно внедрялись представления о главном предназначении человека – быть «винтиком производства».

2. Словоупотребительные особенности анализируемой речевой разновидности с учётом социальной стратификации позволяют наметить ряд стилистических векторов.

Во-первых, устойчивость стилистического ядра в части словоупотребления, большое количество перформативных, императивных инфинитивных конструкций (*уйти в увольнительное, отвечать за несение службы, подчиняться старшему по званию*).

Во-вторых, в речи представителей коммерческой сферы зафиксировано большое количество словоупотребительных особенностей со сниженной разговорной окраской (*порешать вопросы, сидеть на звон-*

ках, проиграть решение в массах, послать по факсу в значении 'отказать').

В-третьих, словоупотребление представителей бюджетной сферы в большей степени обладает официально-деловой маркированностью (*поставить на вид, повесить в должности, находиться в зоне компетенции, быть уполномоченным*).

Сделанные наблюдения позволяют говорить об общей системности активного лексикона, обусловленной особенностями корпоративной субкультуры представителей перечисленных социальных сфер как доминантным экстралингвистическим фактором.

3. Особенности, перечисленные в п. 3, по преимуществу могут быть сведены к одному классифицирующему основанию – степень дистантности между участниками дискурса (руководителем и подчинённым). Этот показатель имеет условный лингвистический коррелят – степень официальности. Наблюдения данного рода наводят на мысль о возможности поиска классифицирующей основы управленческих коммуникативных стилей с привлечением категорий когнитивного уровня, в частности, концептов СВОЙ – ЧУЖОЙ в соотношении с концептуальной оппозицией РУКОВОДИТЕЛЬ – ПОДЧИНЁННЫЙ с учётом особенностей корпоративной субкультуры.

Такое описание, с одной стороны, и это безусловно, страдает отсутствием наблюдаемой динамичности словоупотребления в смысле ситуативного формирования стилистической окраски, но, с другой стороны, позволяет сконструировать укрупнённый «каркас» стилистических тенденций в рамках социально значимой коммуникации.

#### Когнитивный аспект КС

*Когнитивный аспект* КС связан с моделированием когнитивных структур, а также процессов и механизмов речемыслительной деятельности, обеспечивающих осуществление стилистического выбора языковых единиц. Понимание стилистического выбора как «потребностно мотивированного» заставляет обратиться к исходной мотивационно-побудительной фазе речемыслительного процесса и его механизмам. Подробное описание модели содержится в [3, с. 126–150].

Исходной для уточнения фазы пускового момента стала модель А.А. Залевской [1]. В этой модели внимание акцентируется на том, что пусковой момент служит отправной точкой для развития речемыслительного процесса, а продуктом этого этапа выступает образ результата действия, направляющий и контролирующий весь дальнейший ход рассматриваемого процесса через множественные петли обратной связи.

Разработанная нами модель пускового момента речемыслительной деятельности опирается на теорию установки Д.Н. Узнадзе. Взаим-

модействие со СВОИМ – ЧУЖИМ, принимая рекуррентный характер, рефлекторно формирует у субъекта управленческого дискурса определённую «фиксированную установку» – фиксацию концептуальной оппозиции.

Обоснование роли потребностно мотивированного стилистического выбора через призму концептуальной оппозиции СВОЙ – ЧУЖОЙ как основного стилеобразующего фактора заставило обратиться к её исследованию в аспекте российской деловой культуры.

Экспериментальное исследование концептуальной оппозиции СВОЙ – ЧУЖОЙ позволяет сформировать «социальный облик» участников дискурса и проследить динамику стилистического использования языковых единиц в дискурсивных практиках на основе единого принципа – зависимости формирования стиля от фиксации концептуальной оппозиции.

На первом этапе был проведён направленный ассоциативный эксперимент, в котором принимало участие около 90 человек (примерно по 30 из каждой социальной группы). Испытуемым (далее – Ии.) было предложено ответить на следующие вопросы: «Кто для Вас в деловом общении СВОЙ?», «Кто для Вас в деловом общении ЧУЖОЙ?». Выяснилось, что руководитель мыслится то как СВОЙ – 2 ассоциата (*если начальник человек, то он свой, наш руководитель*), то как ЧУЖОЙ – 9 ассоциатов (*начальник*). Представители бюджетной сферы видят в руководителе «чужого» (7 ассоциатов).

С целью выяснения того, «что лежит» за словами «руководитель» и «подчинённый» «в индивидуальном сознании и подсознании, обеспечивая взаимопонимание при общении» [2, с. 162], был проведён направленный ассоциативный эксперимент с заданием назвать качества, которые должны или не должны быть присущи руководителю и подчинённому.

Обнаружилось, что по отношению к руководителю названы качества, прежде всего связанные с межличностными отношениями (*справедливость 20, требовательность 14, тактичность (корректность) 13, организаторские способности 3*). Во вторую очередь названы такие деловые качества, как *ответственность 21, ум 10, оптимистичность 6*. При сопоставлении с образом идеального подчинённого картина иная: межличностный компонент вторичен.

При перечислении качеств, которых не должно быть у руководителя, существенно сближаются ответы военнослужащих и представителей бюджетной сферы. Вероятно, многие из них связаны с особенностями иерархической системы с чёткими субординационными связями, например, *очковтирательство, циничность, деспотичность, мстительность, равнодушие, пессимистичность, поверхностность*. Любопытен тот факт, что при характеристике «своего» подчинённого оказа-

лись в большей степени сходными ответы военнослужащих и представителей коммерческой сферы. Зафиксированы следующие общие качества: *преданность, открытость, общительность, честность, взаимопомощь* – которые могут рассматриваться как «командные», что свойственно именно этим двум социальным сферам.

Характеризуя руководителя и подчинённого, Ии. назвали большое количество качеств, не повторяющихся в ответах представителей других социальных сфер. Многие из них было бы сомнительно напрямую связывать с особенностями корпоративной субкультуры, но некоторые из них можно предположительно считать социально маркированными, например, у военнослужащих: *патриотизм, подтянутость, усердие, опрятность, жёсткость, алкоголизм, подхалимаж*; у представителей бюджетной сферы: *пунктуальность, аккуратность, формализм, любовь к подхалимам, взяточничество*; у представителей коммерческой сферы: *стратегическое мышление, умение замотивировать подчинённых, харизматичность, инициативность, неумение делегировать полномочия, неумение управлять временем, неумение работать в команде*.

В ходе экспериментов была подтверждена рабочая гипотеза о том, что, во-первых, концептуальная оппозиция СВОЙ – ЧУЖОЙ персонифицируется и, в частности, отождествляется с взаимоотношениями непосредственных участников управленческого дискурса – руководителем и подчинённым; установлено, что в различных социальных стратах, с одной стороны, и в конкретной коммуникативной ситуации, с другой, они приобретают ту или иную акцентуацию в зависимости от «актуальных переживаний», обусловленных в первую очередь характером деятельности, социальной субкультурой и личным опытом.

#### Прагматический аспект КС

Прагматический аспект исследования сосредоточен на изучении коммуникативной эффективности стилистического выбора. В общей сложности в результате экспериментов было исследовано 43 речевые тактики (далее – РТ), см. подробное описание: [3, с. 183–215].

При оценке РТ были обнаружены как сходства, так и некоторые расхождения; специфику расхождений в оценках можно напрямую увязать со стилистическими векторами, обусловленными спецификой коммуникативной субкультуры представителей социальных страт: военнослужащие демонстрируют склонность к ригидности, категоричности, позитивной оценке речевых тактик побуждения и негативной оценке речевых тактик подбора аргумента и построения доказательства; представители бюджетной сферы – тяготение к нейтральной («стёртой») оценочности, «обезличенности», отмечается общая малопродуктивность речевых тактик, сокращающих коммуникативную дистанцию; у пред-

ставителей коммерческой сферы прослеживается тенденция к негативной оценке речевых тактик побуждения, к гибкой, креативной оценке аргументативных и фатических речевых тактик.

Всё перечисленное соотносится со словоупотребительными особенностями социально стратифицированной устной деловой речи и с выводами о стилеобразующем потенциале концептуальной оппозиции СВОЙ – ЧУЖОЙ.

На завершающем этапе исследования разработанная модель потребностно мотивированного стилистического выбора была верифицирована на дискурсивном материале. Аналитическая часть сведена к обнаружению и сопоставлению стилистических «дозировок» трёх УКС с учётом детализации фазы пускового момента речемыслительного процесса и выявленных особенностей корпоративной коммуникативной субкультуры. Дискурсивный фрагмент с комментариями см. ниже.

Прагматический комментарий: руководитель холдинга обсуждает с директором острую ситуацию вокруг одного из объектов недвижимости. Стиль управления авторитарный. Межличностные отношения обоими участниками дискурса квалифицируются как «хорошие».

Руководитель (далее – Р) мужчина (далее – М) 43 (возраст): *Приветствую Пал Палыч!* (рукопожатие) *Как твоё ничего?* (полуофициальный «мужской» вариант приветствия *Приветствую*, разговорная фонетическая редукция формы имени и отчества *Пал Палыч*, стилистически маркированная разговорная контактно-ритуальная речевая формула *Как твоё ничего*; неформальное Ты-обращение).

ПМ 40: *Помаленьку* (разговорное клишированное).

РМ 43: *Вот что надо обсудить ... вчера мне звонит... Татьяна... с Орши. Там склад вскрыли... Что удивляешься? А ты как будто ничего не знаешь?* (РТ информирования, вербализация эмоционального состояния адресата, сокращающая коммуникативную дистанцию *удивляешься*, и выражение недоверия *как будто*).

ПМ 40: *Не знаю.*

РМ 43: *Ладно... сейчас не об этом. Вот что надо сделать... Провести его оценку как объекта недвижимости, занести в реестр, выставить на торги. А сейчас немедленно нанять сторожей ... если не хочешь караулить сам... и организовать охрану* (РТ приказание посредством императивов *провести, занести, выставить, нанять, организовать*, аргументативная РТ мотивирования-угрозы *если не хочешь караулить сам*).

ПМ 40: *Это нам будет стоить* (РТ введения в круг общих интересов *нам будет стоить*).

РМ 43: *Да, будет стоить... тебе... чем быстрее он будет продан, тем меньше у тебя будет расходов. 5 процентов от продажи гарантирую. Так что начинай резво шевелиться* (разговорное *резво шевелиться*; РТ присоединения *да, будет стоить* и размежевания (*не нам*), *а тебе*, РТ мотивиро-

вания чем быстрее он будет продан, тем меньше у тебя будет расходов, 5 процентов от продажи гарантирую, ядерная РТ авторитарного УКС приказание-совет так что начинай резво шевелиться).

ПМ 40: У меня ещё один вопрос (коммуникативная инициатива).

РМ 43: Если терпит, то после двух. Сейчас занят. Всё, давай (пресечение коммуникативной инициативы адресата, риторическое *если терпит, то после двух*, коммуникативное доминирование в стремительном завершении разговора, разговорная форма прощания *Всё, давай*).

В приведённом фрагменте доминирует авторитарный УКС. Коммуникативная инициатива принадлежит руководителю, количество его коммуникативных вкладов преобладает. РТ приказания составляют основу интеракции. Коммуникативная инициатива адресата пресечена стремительным завершением разговора. Вкрапления разговорных элементов, сокращающих коммуникативную дистанцию, являются скорее маркером вариации авторитарного управленческого стиля общения в коммерческой сфере, нежели свидетельством доверительных отношений между участниками дискурса (РТ размежевания *не нам, а тебе*, РТ мотивирования-угрозы *если не хочешь караулить сам*, значительное количество аргументативных РТ мотивирования (*чем быстрее он будет продан, тем меньше у тебя будет расходов, 5 процентов от продажи гарантирую*). Ядерная РТ приказания здесь приобретает характерный оттенок РТ совета, который акцентирует внимание адресата на актуальности желаемого действия именно для него. Здесь же отмечается повышенное внимание к эмоциональному состоянию адресата (*Что удивляешься?*), напрямую связанное с фактором коммуникативной акцентуации межличностных отношений. Фиксация концептуальной оппозиции СВОЙ – ЧУЖОЙ тяготеет к полюсу СВОЙ в рамках авторитарного УКС.

В результате проведённого анализа было продемонстрировано, что выбор стилистического регистра обусловлен как внутренними установочными (психологическими и психофизиологическими), так и внешними ситуативными (социальными и социально-психологическими) факторами, которые в своей совокупности выступают как своеобразная закадровая интродукция.

#### Заключительные замечания

Предложенный подход существенно расширяет границы лингвостилистики, демонстрируя её интегрирование с достижениями в области психолингвистики, когнитивной науки, социолингвистики, прагматики.

Моделирование стилистического выбора в различных типах дискурсов может быть направлено в русло дальнейшей разработки концепции коммуникативной стилистики.

### Список литературы

1. Залевская А.А. Проблемы организации внутреннего лексикона человека [Текст] : учеб. пособие / А.А. Залевская. – Калинин : Калинин. гос. ун-т, 1977. – 83 с.
2. Залевская А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст [Текст] : избр. тр. / А.А. Залевская. – М. : Гнозис, 2005. – 543 с.
3. Мкртычян С.В. Коммуникативные стили делового дискурса: интегративный подход [Текст] : монография / С.В. Мкртычян. – Гамбург : LAP LAMBERT Academic Publishing AG & Co. KG, 2011. – 312 с.
4. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка [Текст] / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М. : Азъ Ltd., 1992. – 960 с.

### THREE ASPECTS OF COMMUNICATIVE STYLISTICS (highlighting administrative discourse)

**S.V. Mkrtychian**

Tver State University, Tver

The paper explores the Genesis of integrative knowledge about the style through the prism of three aspects of the communicative stylistics: systemic-structural, cognitive and pragmatic.

**Keywords:** *communicative stylistics, integrative approach, administrative discourse, administrative socialect, the conceptual opposition OWN – ALIEN, speech tactics.*

*Об авторе:*

МКРТЫЧЯН Светлана Викторовна – канд. филол. наук, доцент, докторант кафедры английского языка Тверского государственного университета, e-mail: mkrtychian@mail.ru