

молюбие, тщеславие, честолюбие, с моральными качествами: вероломство, коварство, лицемерие, предательство, ханжество.

Как отметил В.С. Соловьев, «несмотря на все разнообразие степеней духовного развития в прошедшем и настоящем человечества, несмотря на все индивидуальные отклонения, ... существует неразложимая основа общечеловеческой нравственности и на ней должно утверждаться всякое значительное построение в области этики» [б: 119]. Однако «действительная нравственность есть должное взаимодействие между единичным лицом и его данною средою» [Ор. cit.: 65]. И в этом случае метаконцепт следует рассматривать не как систему конструкторов и правил их комбинирования, а как систему концептов, связанных с индивидом и его концептуальной картиной мира.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Залевская А.А. Психологические исследования. Слово. Текст: Избранные труды. – М.: Гнозис, 2005. – 543 с.
2. Крылов Ю.В. Злость // Антология концептов / Под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. – Волгоград: Парадигма, 2006. – Том 3. – С.30–45.
3. Мамардашвили М.К. Кантианские вариации. – М.: Аграф, 2002. – 320 с.
4. Моспанова М.Ю. Добро и зло // Антология концептов / Под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. – Волгоград: Парадигма, 2006. – Том 3. – С.50–67.
5. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 314 с.
6. Соловьев В.С. Соч. в 2 т. – Т.1. – М.: Мысль, 1990. – 892 с.
7. Словарь русского языка: В 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз. / Под ред. А.П. Евгеньевой. – М.: Русский язык. 1981. – Т.1. А – Й. 1981. – 698 с.
8. Словарь синонимов русского языка: В 2-х томах / Под ред. А.П. Евгеньевой. – Л.: Наука, 1971. – Т.1. – 680 с.
9. Шевченко И.С., Змиева И.В. Добро // Антология концептов / Под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. – Волгоград: Парадигма, 2007. – Том 5. – С.4–16.

С.В. Мкртычян

СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ УСТНОГО ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА (на пути к коммуникативной стилистике)

В настоящее время наука о деловом общении находится в стадии формирования: определяется ее объект, структура, содержание, основные категории, границы. Структурно-системный подход традиционной отечественной стилистики к его изучению, в центре внимания которого находятся языковые факты поверхностных структур высказывания, в рамках новой антропоцентрической научной парадигмы на первый взгляд может показаться в определенной степени архаичным. При этом следует признать, что

уровневое устройство языка может рассматриваться через призму социально-психологически детерминированной речевой деятельности и выступать в качестве безусловной основы как непосредственных единиц устного делового дискурса, так и лингводидактических единиц обучения эффективной коммуникации в деловой сфере. Такая функция стилистики кажется весьма специфичной и воспринимается как «ближайшая и наиболее очевидная инстанция на пути к соединению человека и языка в речевом поведении» [2: 79] как выражении коммуникативных потребностей и способностей личности, «зависящих от социально-психологических установок говорящего коллектива» [Ibid.].

В рамках данной статьи мы ставим перед собой цель с опорой на традиции классической отечественной структуральной стилистики с учетом дискурсивного подхода наметить контуры стилистической зоны, которая имеет статус ядерной для устной деловой речи, и описать языковые черты, которые могут считаться доминантными как для всей стилистической зоны, так и для отдельных ее «территорий», связанных с особенностями использования языка, обусловленными спецификой коммуникативных субкультур представителей трех социальных сфер (военнослужащих, бюджетной и коммерческой сфер).

В связи с поставленной целью закономерно возникают вопросы, связанные с определением границ и объема понятий *устный деловой дискурс* и *устная деловая речь*, с уточнением содержания целого ряда смежных терминов *специальная речь*, *профессиональная речь*, *деловая речь*. В силу психологизации лингвистики и смещения фокуса исследовательского внимания с собственно речи на человека в речи, ответ на поставленные вопросы не выглядит очевидным и получает современную трактовку в плоскости дискурсивной «онтологии Л.С. Выготского».

Начнем с предварительных размышлений о границах устной деловой речи в соответствии с границами устного делового дискурса. Статус последнего является первичным и полностью определяет вектор исследования, позволяя увидеть за структурным анализом эксплицитных поверхностных структур высказывания собственно коммуникативное содержание.

Отсутствие единого понимания *устного делового дискурса* / *устного делового общения* обусловило поиск универсальной для всех профессиональных сфер составляющей. Этот ракурс проблемы подробно рассматривается в [11: 15–33]. Здесь мы бегло остановимся на исходных для анализа материала положениях, проясняющих критерии определения границ устного делового дискурса.

Итак, «под деловым общением мы предлагаем понимать *всякую коммуникацию* (в смысле характера общения), *связанную* с непосредственной и косвенной *реализацией* субъектом речи его *статусно-ролевой функции* (в смысле направленности общения), поскольку деловой дискурс – это не только текст как словесный субстрат, но и контекст, включающий в себя коммуникативную ситуацию (в том числе и участников коммуникации)»

[11: 33]. Иными словами, деловое общение охватывает не только официальную коммуникацию, но и полуофициальную и неофициальную. При этом нет строго очерченной границы между бытовым и деловым общением, точнее эта граница диффузна.

Последовательно человекоцентричный подход к определению границ делового общения / делового дискурса дает основание говорить о *стилевой неоднородности устной деловой речи*, обогащенной богатой палитрой переключений стилистических регистров по контуру *официальное – полуофициальное – неофициальное*. В этом смысле для нас не является основополагающим причисление тех или иных языковых фактов к определенному стилистически маркированному слою (как это было важно в эпоху диады книжности и разговорности). Стиллевая неоднородность приобретает иное значение – мы направляем свои усилия на выявление особенностей коммуникативного поведения и коммуникативной управленческой субкультуры представителей различных социальных страт, которые проявляются, в частности, в выборе стилистически маркированной лексики.

Прежде всего уточним термин *устная деловая речь*. На первый взгляд кажется несколько парадоксальным, что речь как средство делового общения не имеет специального названия. Было бы логично такую речь назвать деловой речью, но до сих пор это образование не считается терминологичным и воспринимается скорее как бытовое определение. В то же время понятие *деловая речь* широко употребляется как в научной, так и в популярной литературе, причем зачастую смешивается с целым рядом синонимичных образований (*специальная речь, профессиональная речь* и др.).

В энциклопедии «Русский язык» содержится словарная статья о специальной речи (в то время как *деловая речь* и *профессиональная речь* не упоминаются). *Специальная речь* входит в литературный язык, а именно, в те его сферы, «которые отражают узкую языковую практику людей тех или иных специальностей» [8: 439]. Такая речь отличается прежде всего наличием актуальной терминологии, характерной для той или иной профессии. Кроме того, эта речь имеет «свои собственные характеристики» в области лексики, словообразования, фразеологии, а иногда и в ударении и формообразовании. Характеристики специальной речи «не противоречат ... общей системе литературного языка» [8: 439].

В учебнике для вузов «Культура русской речи» автор раздела «Культура научной и профессиональной речи» Н.В. Новикова предлагает использовать термин *специальная речь*, понимая его достаточно широко в том смысле, что специальный язык расслаивается на отдельные профессиональные разновидности в зависимости от сфер общения и «в каждой из таких профессиональных разновидностей последовательно выделяются язык науки и профессиональный разговорный язык (язык практики)» [12: 177].

В связи с этим попутно добавим, что существует достаточно радикальная точка зрения, согласно которой деловая речь отождествляется исключительно с официально-деловым стилем в письменной форме [18].

С целью упорядочения терминологии *специальной речью* мы будем называть *письменную форму деловой речи, которая традиционно рассматривается как принадлежность научного стиля.*

Предпринимая попытку определить границы и содержание понятия *деловая речь*, установим его соотношение с более узким по значению термином *официально-деловая речь*. Сразу оговорим, что последний из них имеет письменный статус и связывается с книжной разновидностью речи (см., например: [7: 12–19]). Официально-деловая речь обслуживает сферу письменных деловых отношений и существует в форме документов различных жанров.

Термин *профессиональная речь* при кажущейся простоте рассматривается с различных позиций и вызывает неоднозначные толкования.

В лингвистической литературе, наряду с термином *профессиональная речь*, встречается целый ряд терминологических наименований с определением *профессиональный*: *профессиональный жаргон, профессиональное арго, профессиональная разговорная речь, профессиональный диалект, профессиональный стиль, профессиональный язык, условно-профессиональный язык, социально-профессиональный вариант языка, профессиональный подъязык* (см. табл. 1). Закономерно возникает вопрос, отражают ли эти термины различные аспекты языковой коммуникации в сфере профессиональной деятельности или же обозначают тождественные языковые явления.

Таблица 1. Терминологические наименования с определением *профессиональный* в лингвистической литературе

Наименования	Исследователи
Профессиональный диалект	Е.Д. Поливанов
Профессиональный стиль	Л.С. Никольский
Профессиональный язык, социальный диалект, социально-профессиональный вариант речи	В.Д. Бондалетов
Условно-профессиональный язык, социально-профессиональный вариант языка, профессиональный подъязык	Ю.Д. Дешериев
Специальная профессиональная терминология как часть литературного языка	Б.А. Ларин
Социально-профессиональный вариант языка	В.А. Аврорин
Профессиональная речь, профессиональный язык	Д.С. Лихачев
Профессиональная разговорная речь, профессиональное арго, арго профессиональной речи	И.Е. Краснова, А.Н. Марченко
Профессиональный диалект	Л.В. Успенский
Профессиональный жаргон	Л.П. Крысин

На основе анализа перечисленных терминологических сочетаний (которые оставляем за рамками данной статьи) приходим к выводу, что все они называют одно и то же языковое явление и в сущности могут рассматриваться как дублиеты, в силу отсутствия четких дифференцированных противопостав-

лений. Это объясняется прежде всего тем, что такие исходные термины, как *диалект, арго, жаргон, подъязык* в свою очередь не имеют строго очерченных границ.

Несмотря на принимаемые лингвистами усилия, необходимого упорядочения терминологии в данной области лингвистической теории пока не достигнуто. Причина этого, разумеется, не только в различии терминологических вкусов исследователей и не в том, что термины, лежащие в основе терминологических составных наименований, соотнесенных с понятиями из области коммуникации в профессиональной сфере деятельности, имеют недостаточно четкий объем. Причина терминологической вариативности заключается в сложности и многоаспектности исследуемого объекта – коммуникации в сфере делового общения.

Во избежание терминологической путаницы мы используем термин *профессиональная речь* (об уточнении этого термина см. ниже). Термины *устная деловая речь* и *профессиональная речь* не тождественны.

О.Б. Сиротинина определяет *профессиональную речь* как любую речь, связанную с профессиональными потребностями, ведущую на профессиональные темы, по преимуществу между специалистами в данной области. В данном случае профессиональная речь определяется прежде всего предметом речи [16].

Н.К. Гарбовский, исследуя в сопоставительном плане военную лексику, рассматривает профессиональную речь не как совокупность профессионально окрашенных единиц языка, а как *многожанровую разновидность речи*. Интересно его замечание, что *все речевые жанры, сложившиеся в профессиональной сфере общения*, могут быть определены как профессиональная речь [3: 25]. Н.К. Гарбовский довольно широко определяет профессиональную речь, относя к ней любую коммуникацию между специалистами *на профессиональные темы*, независимо от того, протекает она в письменной или устной форме, в официальной или неофициальной обстановке: «... профессиональная речь – вариант речи, за которым стоит лингвистически, психологически и социально обусловленный выбор языковых средств» [3: 39], куда входят и профессионализмы, и термины, и слова, не имеющие стилистической окраски.

Сложность и многоаспектность профессиональной деятельности предполагают значительную вариативность форм речевой коммуникации. Н.К. Гарбовский различает два аспекта в понятии *профессиональная речь* – системный и функциональный. В первом случае речь идет о подсистемах языка, которые соотносятся с определенными отраслями профессионально-ролевой деятельности и имеют сложную структуру, включая в себя единицы лексико-фразеологического, фонетического и морфологического уровней языковой системы. Во втором случае речь идет о собственно профессиональной речи как функционально-стилистическом понятии. Она выступает как совокупность типических коммуникативных актов, осуществляемых в соответствии с нормами речевого поведения, общественно закрепленными за определенными классами социально-профессиональных ролей,

что получает выражение в жанрах профессиональной речи (см.: [3: 21–22]). При достаточно широком взгляде все речевые жанры, сложившиеся в процессе устной коммуникации в профессиональной сфере деятельности, могут быть определены как профессиональная речь. Мы полагаем, что эти два аспекта, выделенные Н.К. Гарбовским, неразрывно связаны: функциональный аспект вторичен и произведен по отношению к системному (при том условии, что системный подход не ограничивается исключительно терминосистемами).

Такой подход позволяет, как справедливо указывает Н.К. Гарбовский, отграничить профессиональную речь от других разновидностей речевой коммуникации в деловой сфере, которые *не имеют отчетливой жанрово выраженной принадлежности*. Эта функциональная разновидность коммуникации, до сих пор представляющая собой лингвистическую лауну, в совокупности с отдельными речевыми жанрами направлена на реализацию делового межличностного взаимодействия, которое является (см. выше) существенной составляющей устного делового дискурса.

Таким образом, профессиональная речь многими исследователями рассматривается как некоторая периферийная область научного стиля речи и ограничивается, как правило, рамками устной формы коммуникации специалистов на научные и профессиональные темы в условиях неофициального общения, т.е. понимается как такая разновидность речи, в которой наряду с признаками стиля научного изложения обнаруживаются и признаки разговорной речи. Профессиональная речь предстает в этом случае как *стилистически сниженный вариант стиля научного изложения*, как такая его область, где научные термины заменяются своими стилистически сниженными дублетами – профессионализмами (Н.К. Гарбовский, И.Е. Краснова, А.Н. Марченко). Она противопоставляется языку научной прозы как области функционирования научных терминов.

Мы под *профессиональной речью* понимаем *жанрово организованную устную форму деловой речи*.

При таком разграничении понятий в нашей трактовке термин *устная деловая речь* приобретает максимально широкое значение и охватывает как *профессиональную*, так и *всякую другую не имеющую отчетливо жанрово выраженной принадлежности речь, являющуюся средством общения, связанного с непосредственной и косвенной реализацией субъектом речи его статусно-ролевой функции, которая при этом не всегда тематически связана с профессиональной деятельностью*.

Если предпринимать попытку выявить универсальную для всех профессиональных сфер составляющую деловой речи (при этом мы отталкиваемся от обозначенных выше критериев определения границ устного делового общения / дискурса), то в качестве таковой будет выступать устная речь в управленческом межличностном дискурсе вне зависимости от профессиональной сферы, поскольку в данном случае снимаются ограничения по тематическому признаку.

Беглое «выяснение отношений» деловой речи с функциональной стилистикой приводит к следующим допущениям. Устная деловая речь представляет собой самостоятельное стилевое образование, сочетающее черты разговорного и официально-делового стилей – «разговорно-деловую речь» [6: 6]. Сходную точку зрения высказывает И.В. Михалкина, ведя речь о «трансфункциональности делового общения» [10: 15], средством которого является устная деловая речь как смешанная стилевая форма, обслуживаемая четырьмя функционально-стилистическими разновидностями русского языка – это «официально-деловой стиль, устная деловая речь, обиходно-деловая речь, занимающая промежуточное положение между устной деловой речью и разговорной речью, и разговорная речь» [10: 17]. Ср. с мыслью О.Б. Сиротининой, что диалогическая речь даже в официальных условиях обнаруживает очень большую близость к разговорной речи» [16: 27].

Однако следует напомнить, что существует иная точка зрения, в частности, изложенная Б.С. Шварцкопом в [19: 216–218]: деловой стиль – «это совокупность языковых средств, функция которых – обслуживание сферы официально-деловых отношений, т.е. отношений, возникающих между органами государства. Между организациями или внутри них, между организациями или частными лицами в процессе их производственной, хозяйственной, юридической деятельности» [Ор. cit.: 217]. Как следствие, различаются три подстиля делового стиля: 1) собственно официально-деловой (канцелярский); 2) юридический (язык законов и указов); 3) дипломатический. Кардинальное отличие данной позиции от изложенных выше заключается в ограничении деловой речи и делового стиля рамками жесткой официальности. Из этого логично вытекает вывод автора о том, что «отличительные языковые черты делового стиля (стилистические, лексические, морфологические, синтаксические) органически вписываются в письменную форму употребления этого стиля» [19: 218]. При таком подходе устная речь отождествляется с письменной.

Таким образом, размышления об объеме понятия *деловая речь* и ее стилевом статусе приводят к следующему заключению. Деловая речь – это *смешанная стилевая форма*, составляемая из *специальной речи, официально-деловой речи*, «которая обслуживает сферу письменных официально-деловых отношений» [20: 312], *устной профессиональной речи* как жанрово организованной формы деловой речи и универсальной для всех профессиональных сфер составляющей – *обиходно-деловой речи* как средства межличностного взаимодействия в сфере деловых отношений, в том числе управленческого характера. Устные формы деловой речи включают в себя элементы разговорной речи, причем в обиходно-деловой речи её доля значительно больше.

Размышления об упорядочении терминологии теоретического толка носят обзорный характер, наблюдения над практическим материалом сосредоточены в плоскости выявления тематических и стилистических осо-

бенностей лексикона представителей трех социально-профессиональных сфер: военнослужащих, представителей бюджетной и коммерческой сфер.

В качестве материала нашего исследования послужили магнитофонные записи хронометража рабочего времени 9 человек (по 3 из каждой социальной сферы), сделанные в течение 2007–2008 гг. и составившие около 50 часов звучания (т.е. примерно 90 000 словоупотреблений). Кроме того, в фокус нашего внимания вовлечены отдельные речевые факты, отмеченные в результате включенного наблюдения над речевым поведением неограниченного круга представителей перечисленных социальных сфер.

Тщательный анализ лексикона позволяет сделать вывод о том, что его основу составляет нейтральная лексика. По подсчетам, процент нейтральной лексики у различных категорий несколько отличается. Статистические данные представлены в табл. 2.

Дадим некоторые комментарии относительно терминов *социально маркированная лексика* и *стилистически маркированная лексика*. Предпочтение первого термина обусловлено рядом причин: отдельную лингвистическую проблему представляет собой сам перечень групп стилистически маркированной лексики, кроме того, границы между этими группами не всегда отчетливы.

Итак, под *социально маркированной лексикой* мы будем понимать *лексику, отражающую профессиональную спецификацию интересующих нас социальных сфер*. Социально маркированная лексика в определенной степени может рассматриваться как разновидность стилистически маркированной лексики.

Таблица 2. Процентные доли нейтральной и социально маркированной лексики

Группы лексики	Социальные сферы		
	военнослужащие	представители бюджетной сферы	представители коммерческой сферы
Нейтральная	72%	82%	85%
Социально маркированная	28%	18%	15%

Вернемся к статистическим данным. Отметим, что наши наблюдения подтверждаются выводами, сделанными Т.А. Милёхиной в результате исследования лексикона предпринимателей. «На каждые 3000 словоупотреблений, произвольно выбранных из речи 9 предпринимателей, приходится от 13/9 максимум до 2/0 минимум сленговых единиц и около 500 единиц, то есть не больше 16,6% стилистически маркированной лексики» [9: 30].

В первом приближении с опорой на данные, представленные в табл. 2, можно заключить, что деловая речь военнослужащих имеет наибольшую социальную маркированность, а представителей коммерческих структур –

наименьшую. По всей видимости, этот факт имеет объяснение. Сфера военнослужащих социально замкнута. Кроме того, в ходе исследования мы имели возможность проследить кадровые перемещения в обозначенных социальных сферах. Выяснилось, что, с точки зрения кадровой стабильности, коммерческая сфера менее устойчива.

Социально маркированная лексика как отражение профессиональной спецификации речи представителей анализируемых социальных сфер может быть упорядочена по тематическому принципу и сгруппирована в два крупных блока.

1. Лексика управленческой тематики.
2. Термины и профессионализмы, связанные с особенностями профессиональной деятельности.

Одна из особенностей группы лексики управленческой тематики заключается в появлении *особой по сравнению с литературной актуализации значения*. Такая актуализация значения характерна для представителей всех трех социальных сфер. Приведем примеры.

Глагол *озвучить* является достаточно частотным и употребляется в значении 'огласить, сообщить'. Между тем кодифицированным является значение с пометой *спец.* «Записать звуковое сопровождение (фильма) отдельно от съемки» [13: 460]. На эту распространенную «ошибку» указывают авторы книги «Не говори шершавым языком»: «использование глагола *озвучить* в значении 'произнести' является грубым нарушением нормы, искажающим законы сочетаемости слов и эстетически оскорбляющим слух носителя русского языка, но в этом ошибочном своем употреблении он так полюбился некоторым политикам и журналистам, что стал принадлежностью, своеобразным знаком политико-публицистического "жаргона"» [4: 161]. Следует добавить, что эта лексическая единица характерна и для управленческого социолекта.

Глаголы *прогнуться*, *рубануться* используются в значении 'услужить, проявляя угодничество'; 'сделать что-либо раболепно'. Ср. с кодифицированным «от тяжести получить изгиб, выгнуться; распрямить и выгнуть спину» [13: 626]. Лексема *рубануться* в словарях отсутствует.

Глагол *прописать* ни одним из четырех значений, зафиксированных в «Толковом словаре русского языка», не совпадает со значением, сформировавшимся в устном деловом общении: 'зафиксировать в официальном документе'. Ср. со словарными значениями: «1. Оформить официальной записью кого-н. где-н. 2. Назначить (какое-н. лекарство или лечение больному). 3. Провести какое-н. время в писании чего-н. 4. Наказать, устроить что-н. неприятное (прост.)» [13: 636]. По наблюдениями М.Н. Пановой, глагол *прописать* в некодифицированном значении, «употребляется очень активно не только в полуофициальных, но и в более официальных ситуациях служебного общения, в публичной речи депутатов» [14: 43].

Глагол *проговорить* в значении ‘огласить, сообщить’ также не совпадает со словарным «1. Сказать, произнести, выговорить. 2. Провести какое-н. время в разговорах» [13: 626].

Группа глагольных лексем *доложитьСЯ* (‘доложить о чем-н.’), *определитьСЯ* (‘сформировать свое мнение’), приобретших постфикс *-ся*, используется вместо нормативных без этого постфикса. Ср.: *Определиться* – «1. (в 1 и 2 л. не употр.) Стать ясным определенным. 2. Определить свое местонахождение, положение (спец.) 3. Устроиться, поступить куда-н. (устар. и прост.). 4. Сложиться, сформироваться (разг.)» [13: 469]. *Доложиться* – «(разг.) Сообщить, доложить о своем приходе» [13: 175].

В словарях отсутствует лексема *порешать* (вопросы), между тем она достаточно активно используется в значении ‘решить вопросы’.

В словаре лексема *подвижка* дана с пометой *спец.* от *подвинуться* в значении «слегка двинуться, переместиться» [13: 549]. По наблюдениям Н.С. Валгиной, лексема *подвижки* «расширила свое значение за счет социальных и политических контекстов (подвижки в области российско-американских отношений)» [1: 84].

Слово *задумка* дано в словаре с пометой *прост.* Между тем его использование зафиксировано в официальных ситуациях в словарном значении ‘замысел, план’ [13: 208].

Существительное *вилка* в значении ‘расхождение между чем-л.’ в словарях не зафиксировано. При этом сочетания *вилка между доходами и расходами*, *вилка между обязанностями и полномочиями*, *вилка в должностных окладах* употребляются часто.

Лексема *наработки* в словарях отсутствует. В деловом дискурсе она приобрела значение ‘накопленный опыт’ и активно используется.

Кодифицированные лексические единицы *скопировать*, *сделать копии* в деловом дискурсе вытеснены профессионализмами *отксерить*, *ксерануть*; вместо *отправить факс* употребляется *факсануть*.

Переносное значение сформировалось у лексем *буксовать*, *пробуксовать*: *решение пробуксовывает*, *план буксует* и т.д.

Таким образом, наши наблюдения над управленческой лексикой убеждают в наличии определенного лексического слоя, свойственного управленческому дискурсу в целом. Этот факт позволяет сделать предположение, что в настоящее время в стадии формирования находится управленческий социолект как языковое явление.

Наряду с общими для управленческого дискурса в целом особенностями лексикона можно выделить специфические языковые факты, присущие речи определенных социальных групп.

Типичные лексические единицы, относящиеся к группе управленческой тематики и делопроизводства, распределены в зависимости от социальных сфер и представлены в табл. 3.

Анализ рассмотренных групп слов приводит к следующим выводам.

1. Лексика управленческой тематики в речи военнослужащих по сравнению с другими категориями с большей очевидностью отражает специфику профессиональной деятельности (*получить наряд, уйти в увольнительное, отвечать за несение службы, служить, подчиняться старшему по званию, вести себя не по уставу, предъявить предписание, присвоить звание, стоять в карауле, поднять по тревоге, штабная культура*). Подобного рода лексические единицы по преимуществу являются коллокациями.

2. В устной речи представителей коммерческой сферы зафиксировано большое количество лексики сугубо управленческой тематики и управленческих терминов, связанных с современными менеджмент-технологиями, которые заимствованы из теории менеджмента (*мотивация персонала, корпоративное обучение, разработка корпоративных стандартов, дресс-код, гудвил, связи с общественностью, директор по развитию, инновационная деятельность, новые технологии, делегировать полномочия*).

Таблица 3. Лексика управленческой тематики

Социальные сферы	Типичные лексические единицы
Военнослужащие	‘Убыть, ‘прибыть в назначенное время, дать указание, доложить, наложить взыскание, включить рычаги, подготовить представление, проконтролировать исполнение, отвечать за несение службы, объявить выговор, служить, подчиняться старшему по званию, вести себя не по уставу, предъявить предписание, отставить! получить наряд, уйти в увольнительное, наградить ценным подарком, указать на недостатки, обеспечить явку, присвоить звание, стоять в карауле, поддерживать дисциплину, вправе обратиться, поднять по тревоге, обязательно для исполнения, служебная субординация, штабная культура, приказать, отдать распоряжение, подать на подпись, стучать начальству, подчиняться кому-либо, дать отмашку, ефрейторский зазор, разговор без погон
Представители бюджетной сферы	Отозвать документ, запросить информацию, подготовить запрос, заплатить штраф, административный ресурс, разослать корреспонденцию, завизировать входящую / исходящую документацию, подключить административный ресурс, поставить на вид, повысить в должности, руководить, наводить порядок, находиться в зоне компетенции, быть уполномоченным, приказать, отдать распоряжение, подать на подпись, финансовое управление, выбить премию, получить дотацию, зарезервировать средства, работать под кем-либо, подвижки
Представители коммерческой сферы	Согласовать, реквизит, сформировать коммерческое предложение, порешать вопросы, сидеть на звонках, запустить в документооборот, втирать очки, пропиарить решение в массах, перечислить недостатки, принять антикризисные меры, продвигаться по карьере, координировать, построить всех, конфликтнуть, послать по факсу, решение застопорилось, мотивация персонала, корпоративное обучение, разработка корпоративных

	стандартов, дресс-код, гудвил, связи с общественностью, директор по развитию, инновационная деятельность, новые технологии, урегулировать конфликт, делегировать полномочия, кадровый рост, дать разгон, корпоративка, отмазаться
--	---

3. Лексика представителей бюджетной сферы в большей степени приближена к официально-деловому стилю, тяготеющему к канцеляризмам (*подготовить запрос, административный ресурс, разослать корреспонденцию, завизировать входящую / исходящую документацию, подключить административный ресурс, поставить на вид, повысить в должности, находиться в зоне компетенции, быть уполномоченным, приказать, отдать распоряжение, подать на подпись, финансовое управление, зарезервировать средства*).

4. Управленческий лексикон представителей коммерческой сферы включает в себя значительное количество сниженной разговорной лексики по сравнению с лексиконом представителей других социальных сфер (*порешать вопросы, сидеть на звонках, пропиарить решение в массах, построить всех, решение застопорилось, дать разгон, конфликтнуть, послать по факсу* (в значении *отказать*), *втирать очки, отмазаться*).

Затрагивая вопрос о терминах и профессионализмах, мы исходим из того, что «в речи людей, занимающих номенклатурные должности, профессионализмов меньше, чем в речи людей, непосредственно занимающихся производственной деятельностью» [5: 156]. Уточним, что в нашем случае речь идет об управленческих должностях. Лица, занимающие управленческие должности, используют термины и профессионализмы, связанные с производственной деятельностью, весьма ограниченно. Предварительно оговорим, что разграничение *терминов* и *профессионализмов* видится нам существенным. Вслед за Н.К. Гарбовским мы к терминам относим кодифицированные наименования, а к профессионализмам – «неофициальные наименования специальных и неспециальных понятий, дублирующие термины и номинативные единицы общего языка» [3: 22], которые представляют собой отклонения от норм литературного языка, получившие закрепление в речи определенной профессиональной группы.

Лексикон респондентов – военнослужащих Военной академии ВКО сориентирован на образовательную деятельность, которая для данной категории является приоритетной. По этой причине собственно военная лексика вытесняется терминосистемами специальных дисциплин, использование которых ограничено сугубо учебным временем. Специфика профессиональной лексики отражает в первую очередь административно-управленческую организацию учебного процесса в условиях военного вуза (о лексике управленческой тематики см. выше). В ряду названного рода лексических единиц в качестве профессионализмов можно привести весьма многочисленные примеры.

Так, официальное именование номенклатурной должности *начальник академии* в устной речи вытеснено лексемой *командир*, которая в противоположность лексической единице *начальник* несет в себе коннотацию принадлежности к военной сфере.

Командир – «начальник воинской части, подразделения, военного корабля, а также военизированной организации, стройотряда» [13: 292].

Добавим, что лексема *начальник* не является нейтральной. По свидетельству специалистов в области управления П. Ваара и Э. Линдхольм, «начальник и руководитель – это два понятия, которые часто используются как синонимы. На самом деле быть назначенным в качестве начальника или стать (быть) руководителем – это две совсем разные вещи. В старых командно-экономических системах, как и во всех бюрократических системах, есть множество начальников, но не так много руководителей» [15].

Е.В. Харченко в [17] приводит стимульные реакции к лексеме *начальник*: *руководитель* (7), *директор* (3), *балбес* (2), *босс* (2), *дурак* (2), *шеф* (3), *гад*, *злыдня*, *кишкот*, *командир*, *лентяй*, *монумент-столб*, *негодяй*, *озабоченный человек*, *пахарь*, *покемон*, *узурпатор*, *указчик*, *упырь*, *крик* (4), *очки* (4), *галстук* (4), *костюм* (3), *лысина* (2), *толстый* (2), *шляпа* (2), *голос*, *грубым голосом*, *командный голос*, *костюм-тройка*, *кулак*, *палец*, *полнота*, *прическа*, *шар*. Перечисленный ряд стимулов убеждает в наличии оценочной (негативной) маркировки данной лексемы в сознании носителей языка, что в условиях авторитарной иерархичной военной системы обусловило ее замену на уважительно-почтительное *командир*.

Лексикон представителей бюджетной сферы отражает особенности профессиональной деятельности, связанной с оказанием государственных услуг (таможня, регистрационная палата, фонд имущества), что предполагает работу с определенными формами документов, взаимодействие с населением, а также с другими социальными структурами. Ослабленность межперсональных корпоративных связей на фоне активного контактирования с внешней средой объясняет почти полное отсутствие профессионализмов и формально-обезличенное соблюдение норм институционального общения. Специальная терминология представлена в табл. 4.

Лексикон представителей коммерческой сферы имеет существенные отличия, которые в первую очередь проявляются в наличии следующих особенностей.

1. Экономическая терминология, связанная с ведением финансово-хозяйственной деятельности предприятия (*баланс*, *маржа*, *клиентская база*, *бюджетирование*, *реквизит*, *бланк*, *виза*, *провести торги*, *конкуренты*, *конкурировать*, *финансовый леверидж*, *обсчитать скидки* и др.)

2. Значительное (по сравнению с другими категориями) количество профессионализмов (*упрощенка* – упрощенная система налогообложения, *неликвиды* – неликвидные активы, *наличка* – наличные денежные средства, *черный нал* – наличные денежные средства, не отраженные в бухгалтерской отчетности, *дебиторка* – дебиторская задолженность, *кредиторка* – креди-

торская задолженность, *стабфонд* – премиальный фонд, *платежка* – платежное поручение, *провести маркет* – провести маркетинговое блиц-исследование в форме анкетирования и др.).

3. Существенный слой лексики, отражающий с взаимодействие с клиентами как основу коммерческой деятельности (все коммерческие организации заняты предоставлением услуг/товаров населению). Стилистическая палитра варьируется от кодифицированных единиц (*клиентская база, рекламировать, устроить презентацию, презентовать, презент, корпоративная продукция, сертификат клиента, подарочный сертификат, скидки, бонусы, рекламные акции, рассылка коммерческих предложений*) до сниженных разговорных.

Таблица 4. Термины и профессионализмы, связанные с особенностями профессиональной деятельности

Социальные сферы	Лексические единицы
Военнослужащие	<p>1. Наименования должностей и званий (сержант, ефрейтор, дневальный, начальник курса, полковник, майор, капитан, прапорщик и т.д.), в том числе жаргонизированные (<i>пискуны</i> – курсанты первого курса, <i>поварёшка на вертушке</i> – дневальный на контрольно-пропускном пункте).</p> <p>2. Профессиональная лексика управленческой тематики, в том числе в сфере образовательной деятельности (см. 1.2.1.1.) (увольнительное, наряд, указание, приказ, сборы, рапорт и др.), в том числе жаргонизмы (<i>патрон в ухе</i> – наряд вне очереди, <i>подшиву намотать</i> – сменить подворотничок, <i>боталы назеркалить</i> – начистить кремом обувь, <i>не сыть соль на патрон</i> – не ищи себе дополнительных проблем, <i>патрон в ухе</i> – наряд вне очереди, <i>зайцев стрелять</i> – выезжать на стрельбище, <i>ласты гнуть</i> – заниматься строевой подготовкой, <i>зависнуть на трубке</i> – дежурить на контрольно-пропускном пункте).</p> <p>3. Терминосистемы (<i>зенитные управляемые ракеты, оружие массового поражения, бражжирующий полет, аксиома Плотта</i> и др.).</p>
Представители бюджетной сферы	<p>Бюджет, профицит, дефицит, инвентаризация законов, банковский сектор, собираемость налогов, экономический субъект, растаможка, целевое финансирование, прожиточный минимум, бланк, виза, потребительская корзина, среднедушевой доход, обслуживание внешнего долга, приватизация, нотариально заверенная копия, социальное страхование, экспертиза документов, адресность в оказании социальной помощи, протолкнуть решение, пролоббировать решение, заволоклить решение, сидеть на звонках</p>
Представители коммерческой сферы	<p>Баланс, дебиторка, кредиторка, маржа, платежка, клиентская база, бюджетирование, реквизит, бланк, виза, неликвиды, провести торги, упрощёнка, прозрачность дохода, черный нал, наличка, об-</p>

	наличить, идти в поле, провести маркет, рекламировать, устроить презентацию, презентовать, презент, корпоративная продукция, сертификат клиента, подарочный сертификат, скидки, бонусы, рекламные акции, внешняя среда, внутренняя среда, конкуренты, конкурировать, альянс сил, стабфонд, маркетинговое исследование, рекламировать, маркетолог, психологический тренинг, маржа, финансовый левэридж, прозвонить клиентов, обчитать скидки, рассылка коммерческих предложений, раскрутить рекламу, облизать клиента, обзвон клиентов, парить клиента
--	---

Можно привести следующие примеры.

Идти в поле – проводить прямые продажи на территории клиента.

Прозвонить клиентов ненормативное по ср. с кодифицированным *обзвонить клиентов*. *Прозвонить* – «1. (1 и 2 л. не употребл.). Прозвучать (о звоне). 2. Объявить звоном о чем-л. (разг.). 3. Провести какое-н. время звоня. 4. Истратить на телефонные разговоры [13: 629].

Раскрутить рекламу – в значении ‘начать активно рекламировать что-л.’, ‘начать рекламную деятельность’ (здесь не значит ‘делать популярной’). Ср. со словарным значением: *раскрутить* – «1. Развить (скрученное). 2. Крутя, придать чему-л. вращательное движение» [13: 681].

Облизать клиента – в значении ‘проявить по отношению к клиенту максимум внимания, доброжелательности и обходительности’. Переносное значение в словарях не зафиксировано.

Парить клиента – в значении ‘долгими уговорами навязывать клиенту товар / услугу’. Переносное значение в словарях не зафиксировано.

Таким образом, особенности терминологии и профессиональной лексики исследуемых социальных групп в определенной степени соотносимы с особенностями лексики управленческой тематики. Речь идет об отчетливой профессиональной сориентированности лексикона военнослужащих; тяготении к официально-деловому стилю и специальному языку лексикона представителей бюджетной сферы; доминировании разговорной / сниженной, а также ориентированной на клиента лексики в лексиконе представителей коммерческой сферы.

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

Уточнение границ устной деловой речи в соотношении с устным деловым дискурсом в рамках современной антропоцентрической научной парадигмы позволяет говорить о смещении ее стилистического ядра с жестко маркированных стилистических образований к диффузным полистилистическим единицам.

Предложенный подход к уточнению понятийно-терминологического аппарата и, как следствие, к анализу материала, ориентированный прежде

всего на коммуникативность, может рассматриваться не только как факт исследовательской рефлексии по поводу делового общения, но и как предпосылка на пути выведения стилистики из зоны научной маргинальности и абстрактного теоретизирования в активную зону коммуникативистики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. – М.: Логос, 2001. – 304 с.
2. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения. – 3-е изд. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007. – 176 с.
3. Гарбовский Н.К. Сопоставительная стилистика профессиональной речи. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1988. – 141 с.
4. Горбаневский М.В., Караулов Ю.Н., Шаклеин В.М. и др. Не говори шершавым языком: о нарушениях норм литературной речи в электронных и печатных СМИ. – М.: Галерея, 1999. – 215 с.
5. Ерофеева Т.И. Стратификационная обусловленность владения профессионализмом // Антропоцентрический подход к языку: Межвуз. сб. науч. тр. – Пермь: Пермск. ун-т, 1998. – С.103–192.
6. Колтунова М.В. Деловое общение: устная и письменная формы: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 1998. – 18 с.
7. Лаптева О.А. Современная публичная речь в свете теории стиля // Вопросы языкознания. – 1978. – № 1. – С. 12–19.
8. Лопатин В.В., Улуханов И.С. Русский язык // Русский язык: Энциклопедия / Под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая Российская энциклопедия; Дрофа, 1998. – С. 437–444.
9. Милёхина Т.А. Российские предприниматели и их речь (образ, концепты, типы речевых структур): Автореф. дис. ... докт. филол. наук. – Саратов, 2006. – 49 с.
10. Михалкина И.В. Лингвометодические основы обучения иностранных граждан русскому языку как средству делового общения: Автореф. дис. ... докт. пед. наук. – М., 1998. – 39 с.
11. Мкртычян С.В. Устный деловой дискурс: Монография. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2009. – 172 с.
12. Новикова Н.В. Культура научной и профессиональной речи // Культура русской речи / Под ред. Л.К. Граудиной, Е.Н. Ширяева. – М.: НОРМА – ИНФРА, 1998. – С. 169–215.
13. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: Азъ Ltd., 1992. – 960 с.
14. Панова М.Н. Языковая личность государственного служащего: дискурсивная практика, типология, механизмы формирования: Дис. ... докт. филол. наук. – М., 2004. – 404 с.
15. Романовский О.Г., Михайліченко В.Э. Філософія досягнення успіху. – Харків: НТУ «ХПІ», 2003. – 691 с.
16. Сиротинина О.Б. Социолингвистический фактор в становлении языковой личности // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты. – Волгоград – Саратов: Перемена, 1998. – С. 3–9.

17. Харченко Е.В. Модели речевого поведения в профессиональном общении. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2003. – 363 с.
18. Шварцкопф Б.С. Официальный – деловой язык // Культура русской речи и эффективность общения. – М.: Наука, 1996. – С. 421–439.
19. Шварцкопф Б.С. Культура деловой речи // Культура русской речи / Под ред. Л.К. Граудиной, Е.Н. Ширяева. – М.: НОРМА – ИНФРА, 1998. – С. 216–238.
20. Шварцкопф Б.С. Официально-деловой стиль // Русский язык: Энциклопедия / Под ред. Ю.Н. Караулова. – М.: Большая Российская энциклопедия; Дрофа, 1998. – С. 312.

Е.Ф. Нечаева

ОППОЗИЦИЯ Я - ДРУГОЙ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА ВО ВЗАИМОСВЯЗИ С ЛИНГВИСТИКОЙ

Одним из ключевых вопросов психологии является вопрос самоидентификации и самоактуализации человеческой личности посредством отношения Я – Другой. С глубокой древности мифология, религия, философия и вся мировая литература как практическое их отражение представляют широчайший диапазон возможных путей решения этого вопроса.

Наиболее яркое воплощение проблема отношения Я – Другой получила в психоанализе XX века. Родившись в исследованиях З.Фрейда как психотерапевтическое направление, психоанализ коснулся целого ряда прежде запретных тем, связанных с жизнью бессознательного начала в человеке, соединил в себе психологические и собственно философские аспекты, став поистине синтетической дисциплиной по изучению человека. Бессознательное для Фрейда – это мощное энергетическое начало. Он сравнивает его с лошадью, а сознание – с всадником. Всадник обычно управляет лошадью, но если она понесет, то ему почти невозможно с нею справиться. Для З. Фрейда оппозиция Я – Другой составляет основу понимания структуры человеческой личности. Организация психической жизни выступает в виде модели, имеющей своими компонентами различные психические инстанции, обозначаемые терминами Оно (ид), Я (эго) и сверх – Я (супер-эго) [16]. Под Оно (ид) З.Фрейд понимает наиболее примитивную инстанцию, которая охватывает все то, что генетически определено в человеке, дано ему от природы. Эта инстанция, по Фрейду, изначально иррациональна и аморальна. Ее требованиям удовлетворяет инстанция Я (эго). Эго выступает в роли посредника между стимулами, идущими извне и стимулами, исходящими из глубин человеческого организма. Особое значение З.Фрейд придает Сверх – Я (супер-эго), которое служит источником моральных и религиозных чувств, источником самосовершенствования. Если ид предопределен генетически, а Я – продукт индивидуального опыта, то Супер-Эго – это продукт влияний, исходящих от других людей. Принципиальная цель