

никантов, вовлеченных в речевой акт в их взаимодействии, которое определяется особенностями их социальных, индивидуальных, статусных, профессиональных, гендерных, возрастных характеристик, а также особенностями форматов и жанров общения.

Данное исследование выполнено в рамках каузально-генетического подхода, разработанного И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. Каузально-генетическая теория — это теория, ориентированная на изучение функционирования содержания сложных языковых знаков (текста, скрипта аудиозаписи, газетного издания). Моделирование в каузально-генетической теории позволяет анализировать дискурс в рамках методики качественного анализа текста. Качественное исследование изучает одно дискурсное пространство, в нашем случае дискурс деловых переговоров, с помощью нескольких дискурсов — методик, каждая из которых вскрывает свой срез содержания. В данной статье мы остановимся на методике анализа содержания текстового пространства под названием: реконструкция дискурс-картины кортежного взаимодействия.

В фокус нашего внимания попадает дискурс-категория (ДК) «кортеж», являющаяся ключевой ДК для раскрытия кортежного содержания дискурса переговоров. ДК «кортеж» реконструируется с помощью двух групп ДК: 1) кортеж-идентифицирующие и 2) код-идентифицирующие ДК. Ключевой ДК первой группы является ДК «роль», включающая в себя ДК «риторическая практика», которая в свою очередь состоит из ДК «коммуникативная стратегия», включающей в себя ДК «степень активности коммуникантов» и ДК «коммуникативная тактика». К код-идентифицирующим дискурс-категориям относится ДК «тип общения», состоящая из двух ДК: «интертекстуальность» и «интерсубъектность».

**Н.М. Снегирь**  
БНТУ (Минск)

## **СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ БИЗНЕС-ДИСКУРСА**

В настоящее время термин «дискурс» используется различными отраслями знаний и является одним из ключевых в современной лингвистике. Дискурс рассматривается как сложное коммуникативное явление, включающее кроме текста еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресанта), необходимые для понимания. С точки зрения социолингвистики дискурсы делятся на личностные и статусно ориентированные. Исследования бизнес-дискурса должны проводиться на основе мультидисциплинарного подхода к бизнес-коммуникации, включающего не только знания экономического плана, но и представления о лингвистических и психологических особенностях общения.

Особенность бизнес-коммуникации заключается в особом психологическом фоне, сопровождающим сам этот процесс, при котором должна быть достигнута главная цель, поставленная для себя каждым из участников этого общения. Целью профессионального взаимодействия может быть налаживание контактов между предпринимателями, развитие и укрепление сотрудничества, достижение положительного результата в процессе переговоров в виде заключения сделки, подписания контракта. Особый пси-

хологический фон в процессе бизнес-коммуникации создается прежде всего окружающей обстановкой, стилем поведения и речью участников коммуникации.

Если важно добиться согласия партнера в каком-либо вопросе, склонить его к нужному варианту действий или нужному решению, то общение в строгих рамках официально-делового стиля речи не всегда может привести к успеху. Напротив, непринужденная беседа в неофициальной обстановке, в которой используются языковые средства, характерные для разговорно-обиходного стиля речи, может содействовать достижению поставленной цели. Ведь часто не только профессиональный интерес, но и личное обаяние делового партнера, а также яркость его речи определяют предпочтение в выборе одного кандидата перед другими.

Количество ситуаций общения в деловой сфере весьма многочисленно, а типы ситуаций чрезвычайно разнообразны. Также качественно разнообразны жанры и формы общения в деловой сфере, как в устной, так и в письменной речи. Достаточно сравнить ситуацию официального знакомства деловых партнеров, с одной стороны, с другой — беседу в свободной, непринужденной обстановке давно знакомых партнеров по бизнесу, обсуждающих перспективы дальнейшего сотрудничества. Можно сравнить общение в официальной ситуации при подписании делового контракта и живой непринужденный разговор представителя компании с посетителями выставки или ярмарки, на которой представлена продукция этой компании. Все это свидетельствует о жанрово-стилевом разнообразии коммуникации в сфере бизнеса.

В процессе обучения деловому общению на иностранном языке одной из важных методических задач представляется определение необходимого количества языковых средств разговорно-обиходного стиля речи и разумной меры их использования в языковом содержании учебного курса, которые позволили бы успешно решать задачи бизнес-коммуникации, опираясь на материал изучаемого языка.

**Л.С. Соболевская**  
МГЛУ (Минск)

## **ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ИНИЦИИРОВАНИЯ ОТВЕТНЫХ РЕПЛИК В ДИСКУРСЕ ДЕЛОВОГО ИНТЕРВЬЮ**

Основы теории диалога были заложены и развиты Л.В. Щербой, В.В. Виноградовым, М.М. Бахтиным, которые называли его основной формой языка. Эксплицирование признаков диалога в письменном деловом дискурсе находит выражение в жанре интервью, который строится на единстве внутренних и внешних диалогических отношений его участников. Коммуникация между речевыми партнерами, интервьюером и интервьюируемым протекает в форме эксплицитного диалога, при котором оба участника вступают во внутренний диалог с главным адресатом — читателем.

По мнению С.А. Сухих, текст печатного интервью представляет собой эвристический диалог между интервьюером и интервьюируемым, реализующийся в вопросно-ответных единствах. Прагматическая установка диалогических текстов делового дискурса, который мы рассмотрели на материале интервью в изданиях «Звезда», «The

БДЭУ Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.

BSEU Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>

[elib@bseu.by](mailto:elib@bseu.by)