



семейными отношениями. Например, когда муж просит жену пригласить на вечер одну из знакомых дам: *Ah, Margaret, do this [invite Mrs. Erlynnne to the party – T.3.] for my sake; it is her last chance.*

Прямая просьба, построенная на основе повествовательного предложения с перформативным глаголом типа *beseech, request, ask* зарегистрирована в редких случаях во всех диахронных срезах. Подобная просьба используется, когда коммуникантов разделяет значительная социальная (возрастная) дистанция. Во все исторические периоды такой тип просьбы несет отпечаток официальности: говорящий подчеркивает существующее статусное или возрастное неравенство по отношению к адресату. Например, *I beseech your honour to hear me one single word [Shakespeare]; You distress me; I must beg to hear no more [Cumberland]; Mister Scollard, I ask you to give me leave to go out of the Workhouse for a day [Colum].*

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. Представление о вежливом речевом оформлении просьбы в английском языке претерпело значительные изменения на диахронной оси. Использование прямой просьбы считалось предпочтительным начиная с конца XVI в. и заканчивая XIX в. В XX в. произошло изменение английских этикетных норм в направлении косвенного выражения интенции просьбы, которое окончательно закрепилось в современном английском языке.

Постоянное развитие языка приводит к тому, что одни средства выражения прямых просьб выходят из употребления, например, актуализаторы вежливости *I pray you, I beseech you* и их производные. Другие, напротив, входят в речевой обиход – побудительное предложение с *tag-question*, актуализатор вежливости *please*, описательное обозначение Бога в усилительных конструкциях.

## Примечания

- 1 См.: Виссон Л. Русские проблемы в английской речи. Слова и фразы в контексте двух культур. М., 2007. С. 96; Джок О. Культурно обусловленные сценарии, речевые средства для выражения «личной автономии»: стандартный английский vs. английский в Сингапуре // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов, 2005. Вып. 4. С. 184.
- 2 Вежбицкая А. Англоязычные сценарии против «давления» на других людей и их лингвистические манифестации // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов, 2007. Вып. 5. С. 136.
- 3 См.: Thayer W. R. Preface // The Best Elizabethan Plays. Boston, 1895. P. 3.
- 4 См.: Вежбицкая А. Указ. соч. С. 149.
- 5 См.: Brown P., Levinson S. Universals in Language Usage : Politeness Phenomena // Questions and Politeness : Strategies in Social Interaction. Cambridge, 1978. P. 113.
- 6 См.: Salmon V. Elizabethan Colloquial English in the Falstaff Plays // A Reader in the Language of Shakespearean Drama. Amsterdam, 1987. P. 55.
- 7 См.: Brown R., Gilman A. Politeness Theory and Shakespeare's Four Major Tragedies // Language in Society. 1989. Vol. 18, № 2. P. 183.
- 8 См.: Etymological Dictionary of the English Language. L., 1896. P. 382.
- 9 См.: Sadock J. Toward a Linguistic Theory of Speech Acts. N. Y., 1974. P. 88.
- 10 См.: House J. Politeness in English and German : The Functions of Please and Bitte // Cross-Cultural Pragmatics : Requests and Apologies. Norwood, 1989. P. 116; Carter R., McCarthy M. Cambridge Grammar of English : Spoken and Written English Grammar and Usage. Cambridge, 2006. P. 713.
- 11 См.: Greenbaum S. The Oxford English Grammar. Oxford, 1996. P. 391.

УДК 811.161.1'38

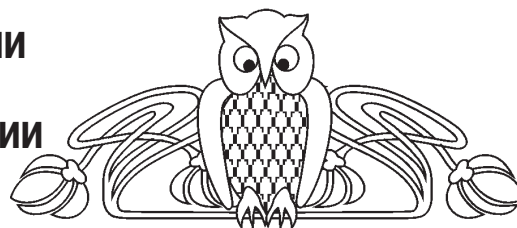
## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОПТИМИЗАЦИИ ВЕРБАЛЬНЫХ И НЕВЕРБАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

М. С. Казаринова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова  
E-mail: infinityfx455@yandex.ru

В статье исследуются теоретические аспекты вербальной и невербальной коммуникации. Автором показано значение вербальной и невербальной коммуникации в современном мире, при этом вербальный и невербальный компоненты неразрывно связаны. В статье намечаются контуры оптимизации вербальных и невербальных средств воздействия в деловой коммуникации.

**Ключевые слова:** коммуникации, вербальный, невербальный, речь, деловые коммуникации, презентация.



### Conceptual Framework for the Optimization of Verbal and Non-verbal Business Communication Opportunities

M. S. Kazarinova

The article examines the theoretical aspects of verbal and non-verbal communication. The author shows the importance of verbal and non-verbal communication in the modern world. It is shown that verbal and non-verbal components are inextricably linked. The author comes to the conclusion about the necessity of optimization of verbal and non-verbal means of influence in business communication.



**Key words:** communication, verbal, non-verbal, speech, business communication, presentation.

DOI: 10.18500/1817-7115-2015-15-4-25-29

В современном мире растет значение общения как на личностном, так и профессиональном, как на национальном, так и международном уровне. В процессе кросскультурных коммуникаций язык каждой страны все активнее испытывает на себе влияние других языков, не будучи самостоятельной и самодостаточной, закрытой знаковой системой, в результате чего происходят трансформации вербального и невербального общения. Соответственно, растет и научное исследование возможностей вербальной и невербальной передачи информации. При этом вербальное и невербальное общение у представителей разных народов, различных культурных социумов, даже половозрастных групп может иметь значительные отличия. Также следует отметить, что, несмотря на все богатство языка и наличие невербальной передачи информации, иногда полное понимание между собеседниками затруднительно или недоступно, так как может происходить частичное искажение информации и/или потеря смысла при передаче, особенно с участием длинной цепочки («испорченный телефон»). Кроме того, речь имеет эмоциональную окраску и оказывает не только умственное, но и духовное влияние на человека.

Значение речи, которая, в свою очередь, является реализацией языка<sup>1</sup>, трудно переоценить. Ведь, как отмечает А. И. Смирницкий, язык существует в речи и через речь и не знает другой формы существования<sup>2</sup>. Именно речь как процесс осознанной вербальной и невербальной передачи информации отличает людей от других представителей живого мира. Вслед за Х. Джексоном и А. Р. Лурия, Е. М. Верещагин считает, что «порождение речи – это вербализация»<sup>3</sup>, а именно процесс перехода от мыслительного содержания, выраженного средствами кода внутренней речи, к внешней речи.

Поэтому интерес к тому, как говорит человек, как и какую информацию преподносит, в настоящее время возрастает, подтверждая, что коммуникация в современном мире (как система и процесс) имеет большое значение не только для формирования, передачи и приема различной информации, но и для лучшего понимания партнерами (собеседниками) друг друга. Общение выступает как межличностное взаимодействие, т. е. как связи и влияния, которые складываются между людьми в результате совместной деятельности.

Коммуникация (общение) как результат совместной деятельности людей имеет две основные формы – вербальную и невербальную.

Вербальная коммуникация основана на словах. И правда, слово является ядром любого коммуникативного акта и всегда было в центре лингвистических исследований. О значении вер-

бальной коммуникации говорит тот факт, что, по подсчетам ученых, в день специалист произносит около 30 тыс. слов, или около 3 тыс. слов в час<sup>4</sup>.

Исследуя особенности вербальной коммуникации, для начала необходимо выделить, что информация в этом процессе может быть передана при помощи:

- произносимых слов;
- написанных слов.

И. В. Привалова в своей работе «Интеркультура и вербальный знак, лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации»<sup>5</sup> цитирует слова Марины Цветаевой: «Иные вещи на ином языке не мыслятся», подразумевая, что язык возможно изучить лишь через речевую деятельность его носителей, т. е. через слово.

Как уже отмечалось, вербальная коммуникация основана на словах, а любое слово состоит из знаков. Профессор Е. Н. Малюга в своей работе «Вербальные и невербальные средства межкультурной деловой коммуникации» дает характеристику знака. Знак – это материальный объект, который выражает определенные указания и употребляется для приобретения, хранения, переработки и передачи информации.

О. С. Ахманова рассматривает знак как функцию двух «функционалов» («функционала выражения» и «функционала содержания») и называет три основных категориальных признака: незакрепленность данного звучания по природе («physei») за некоторым предметно-вещественным содержанием («disembodiment»); возникновение знака «по установлению» («thesei») как результат определенного соглашения, как произвольное, «по установлению», единство данного содержания и данного выражения («arbitrariness»); качество, которое состоит в том, что каждая из обозначенных, освобожденных от предметно-вещественного значения, функционирующих по установлению и поставленных в систему единиц должна быть равна сама себе («singularity»)<sup>6</sup>.

Проблемой функционирования языковых знаков в речи занимается прагматика<sup>7</sup>, которая является областью семиотики и языкознания. Она изучает все основные аспекты, связанные с объектом и субъектом речи, поведенческой ситуацией общения. Подраздел прагматики, а именно лингвистическая прагматика, напрямую связана с коммуникацией. Вербальное поведение, независимо от того, устная это речь или письменная, одинаково удобно для сообщения информации, намерений и чувств.

Любое слово несет определенный смысл, содержание. Для передачи сообщения необходимо выстроить из различных слов целые предложения, лишь тогда сообщение может быть расшифровано и понято реципиентом. В противном случае собеседник просто не сможет сделать вывод о сути высказывания. Если же сообщение было неправильно интерпретировано, то говорящий всегда может изменить свое сообщение или предоставить



слушающему пропущенные детали для лучшего восприятия.

Таким образом, в вербальной коммуникации способом передачи информации является текст или дискурс. Вербальный знак, а именно язык, служит лучшим инструментом для передачи идей и намерений говорящего.

Важнейшей составляющей речи выступает ее воздействие на реципиента. Большое количество исследований по речевому воздействию в настоящее время, как отмечает Л. И. Анцыферова, объясняется существующим социальным заказом, о чем говорят многочисленные труды по коммуникации и речевому воздействию на собеседника (Д. Карнеги, Э. Шостром, Э. Берн, Р. Чалдини и др.). Социальная обусловленность исследований приводит к тому, что в качестве основной выделяется проблема оптимизации речевого воздействия. Как отмечал Р. М. Блакар, выразиться «нейтрально» невозможно, поскольку даже неформальный разговор предполагает «осуществление власти», т. е. воздействие на восприятие и структурирование мира другим человеком<sup>8</sup>. С другой стороны, «всегда есть разные способы сказать об одном и том же, и этот выбор никогда не бывает случайным»<sup>9</sup>.

Таким образом, *вербальный компонент подразумевает под собой преимущественно устную словесную передачу информации, которая, в свою очередь, состоит из определенного набора важных лексических единиц, знания делового языка, специфики языка бизнеса и др.*

При этом важной составляющей речи служит невербальная составляющая, так как «речь без невербальных компонентов коммуникации представляет собой неполноценное общение»<sup>10</sup>.

Невербальное общение представляет собой разнообразные формы несловесного общения. Известный исследователь-культуролог В. А. Лабунская определяет невербальное общение как «вид общения, для которого характерным является использование невербального поведения и невербальных коммуникаций в качестве главного средства передачи информации, организации взаимодействия, формирования образа и понятия о партнере, осуществления влияния на другого человека»<sup>11</sup>. Понятие «невербальный язык» включает в себя очень широкий круг явлений: любые телесные проявления, движения и жесты, мимика, одежда, использование визуальных помощников. Выделяются различные невербальные средства языка, но культуролог Лабунская сводит все средства к трем наиболее распространенным:

- кинестические (движения тела);
- пространственные (организация поведения человека и межличностные отношения);
- временные.

Само употребление термина «невербальный язык» в таком широком смысле оправдано тем, что он обозначает все, что несет информацию о человеке, это внешняя форма проявления психологического мира человека, являющимся «условием

познания» личности человека. Кроме того, ни одно музыкальное произведение, шедевр художественного искусства либо пластика балерины или танцора не могут быть переведены с помощью вербального знака, так как искусствоведческие тексты ни в коей мере не заменят непосредственного живого восприятия.

К сожалению, существующая литература по прикладной паралингвистике<sup>12</sup> немногочисленна, хотя сама система сигнализации исходит еще от мимических сигналов животных, которая и явилась эволюционным предшественником знакового поведения человека. Тем не менее, большинство из имеющихся научных трудов (Г. В. Колшанского, Т. М. Николаевой, Б. А. Успенского и др.) затрагивают фундаментальные проблемы, связанные с невербальным знаком, включая проблему генезиса языка человека.

Кроме того, многие исследователи, наряду с Д. И. Рамишвили<sup>13</sup>, в принципе склонны считать, что существует ряд понятий, которые невозможно передать невербально, к примеру, такие слова, как «кроме, когда, только...», а также ряд других слов, которые не носят конкретного характера или конкретного содержания. Другие же исследователи, наоборот, подчеркивают большую важность невербальных средств. К примеру, Т. М. Власова в работе, посвященной вербальным и невербальным средствам воздействия, анализирует средства невербального знака. Она пишет о том, что поза, тон и тембр голоса, взгляд являются более тонкой и одновременно более мощной формой воздействия, чем словесная. Сила невербальных средств воздействия обусловлена, с одной стороны, их эмоциональным зарядом; с другой стороны – их «беззвучностью»<sup>14</sup>. Зачастую эмоционально окрашенные высказывания вызывают бурную реакцию, а жесты, мимика и другие намеки партнер не может однозначно интерпретировать и поэтому обычно реагирует на них вяло или вообще не проявляет внешне выраженной реакции.

Несмотря на полемику, которая возникает вокруг данного вопроса, профессор И. Н. Горелов дает ряд примеров использования невербального знака, которые помогают полностью заменить слова. Различные невербальные действия, применимые в той или иной ситуации (поскрипывание дверью, громохание дверью, моргание, кивок, подмигивание, взгляд и пр.) являются важными компонентами коммуникативного акта, при этом замещающая «вербальный стимул или вербальную реакцию»<sup>15</sup>.

Особенно важно учитывать возможности невербального компонента коммуникации в таких ее видах, как презентации, которые предполагают дополнительное воздействие на реципиента, например, шрифт, цвет, иконические средства. Кроме того, мы согласны с тем, что «несловесная составляющая презентации (фотографии, рисунки, чертежи, цвет, шрифт, формулы, цифры, знаки препинания, схемы, графики, диаграммы, табли-



цы) сопоставима с количеством и многообразием параязыковых средств, сопровождающих устную речь (тембр и громкость голоса, жесты, мимика и т. п.)»<sup>16</sup>. При этом каждый элемент несловесной презентации имеет свои функции (привлечения внимания, смысловыделительную, эстетическую, экспрессивную, символическую, функцию создания натуралистичности и др.).

Невербальная информация участвует в организации визуального восприятия презентации. Являясь сильным зрительным возбудителем, изображение притягивает к себе внимание слушателя (зрителя), вызывает в нем желание ознакомиться с ее содержанием. Визуально воспринимаемая информация вызывает у слушателя (зрителя) больше доверия, оказывает на него большое эмоциональное воздействие и тем самым подготавливает слушателя (зрителя) к общению с лицом, представляющим презентацию. В современных условиях, особенно в связи с развитием глобализации, международного бизнеса и других, деловые презентации можно рассматривать, по нашему мнению, как один из важных элементов невербальной коммуникации.

Следовательно, насыщенность презентации невербальными знаками сопоставима с количеством и многообразием параязыковых средств, сопровождающих вербальную коммуникацию. Иллюстративный материал является безусловным невербальным компонентом презентации, который подкрепляет ее основную идею, иллюстрирует и усиливает ее.

Таким образом, *невербальный компонент включает в себя информацию, которая передается с помощью невербальных средств общения (жестов, мимики, интонации, позы тела, визуального ряда). Зачастую выделяют третий важный компонент, который на самом деле является подвидом невербального общения – это дистанционный компонент, где передача информации проходит при использовании различных видов технических средств.*

Рассмотрение невербальных и вербальных компонентов коммуникации в отрыве невозможно, так как они взаимосвязаны, призваны усиливать и дополнять друг друга. Например, Э. П. Шубин считает, что невербальные компоненты существенно воздействуют на саму форму и смысл вербального компонента и напрямую действует в «устройствах, предназначенных для преобразования мысли в языковое сообщение и языкового сообщения в мысль»<sup>17</sup>. Также, согласно подходу Г. В. Колшанского, который занимался изучением невербального языка, «паралингвистические свойства языка в принципе составляют неотъемлемую часть коммуникации, так как они являются биологически детерминированными»<sup>18</sup>. Невербальный компонент знакового продукта может быть либо сознательно, либо бессознательно введен в процесс коммуникации, а распознавание данного компонента сознательно воспринима-

ется реципиентом в процессе передачи любого сообщения, собеседник обращает внимание на скрытые или же не скрытые сигналы. Если система вербальной коммуникации не действует, то человек прибегает к жестике, пантомиме или рисунку, к примеру, затрудняясь объяснить что-то собеседнику.

Таким образом, многие исследователи приходят к выводу, что вербальный и невербальный компоненты неразрывно связаны и должны коррелировать для достижения максимального эффекта коммуникации. *Однако основной проблемой является то, что соотношение данных компонентов до настоящего времени не изучено, поэтому очень важно не только понимать их корреляцию и различия, но также разработать основы их оптимизации для максимально эффективного достижения поставленной цели коммуникации.* Эту закономерность обнаружил, в частности, Б. Ф. Поршев, подчеркивавший, что основное препятствие в изучении оптимизации вербального и невербального знака состоит в том, что «само явление речи рассматривается как некая константа, без выделения сигнальной системы»<sup>19</sup>.

Данная оптимизация, как нам представляется, в свою очередь, взаимосвязана с культурной спецификой общества, видом общения и др. В частности, деловые кросскультурные коммуникации, без сомнения, имеют свою специфику оптимизации вербальных и невербальных компонентов.

Итак, оптимизация вербальных и невербальных воздействия в деловой коммуникации связана с:

- денотативной соотносительностью: эти компоненты обозначают разные, но ассоциативно связанные между собой предметы/предметные ситуации. Изобразительный компонент дополняет, расширяет, углубляет содержание вербального компонента;

- важнейшим конституирующим принципом построения деловой презентации, обеспечивающим понимание, доступность и наглядность;

- необходимостью максимальной осознанности и целенаправленности отбора словесных и несловесных средств, помогающих слушателю извлечь максимум информации из презентации. Взаимодействие вербальных и невербальных средств является конституирующим принципом построения презентации, его важным типобразующим признаком.

Таким образом, оптимизация вербальных и невербальных воздействий в деловой коммуникации заключается в возможности извлечения максимума информации в рамках коммуникации.

## Примечания

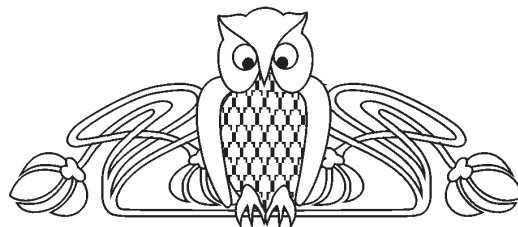
<sup>1</sup> См.: Малюга Е. Вербальные и невербальные средства межкультурной деловой коммуникации. М., 2011. URL: <http://www.nop-dipo.ru/en/node/300> (дата обращения: 15.03.2015).



- 2 См.: Смирницкий А. Лексикология английского языка. М., 1949. С. 12.
- 3 Верецагин Е. Порождение речи : латентный процесс. М., 1968. С. 21.
- 4 См.: Клюев Е. Речевая коммуникация. М., 2002. С. 28.
- 5 Привалова И. Интеркультура и вербальный знак, лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации. М., 2005. С. 5.
- 6 См.: Ахманова О. Очерки по общей и русской лексикологии. М., 1957. С. 21–30.
- 7 Прагматика – раздел языкознания, изучающий условия использования говорящим языковых знаков. Воздействие прагматики определяется содержанием и оформлением высказывания.
- 8 См.: Анцыферова Л. Личность в динамике // Психологический журнал. 1992. № 5. С. 91.
- 9 Безменова Н. Очерки по теории и истории риторики. М., 1991. С. 4.
- 10 Браун Л. Имидж – путь к успеху. СПб., 1996. С. 63.
- 11 Лабунская В. Невербальное поведение, социально-перцептивный подход. Ростов, 1966. С. 246.
- 12 Прикладная паралингвистика – исследование конкретных взаимодействий вербальных и невербальных компонентов в речевой деятельности.
- 13 См.: Рамишвили Д. Вопросы психологии мышления и речи. Тбилиси, 1957.
- 14 См.: Власова Т. Повышение коммуникативной эффективности судебного дискурса с помощью невербальных средств воздействия. URL: <http://www.gramota.net/materials/2/2010/1-1/17.html> (дата обращения: 15.03.2015).
- 15 Там же.
- 16 Христофорова Н. Корреляции вербального и невербального в немецком научно-популярном тексте : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. С. 7.
- 17 Шубин Э. Языковая коммуникация и обучение иностранным языкам. М., 1972. С. 20.
- 18 Колианский Г. Паралингвистика. М., 2008. С. 78.
- 19 Поршев Б. О начале человеческой истории. М., 1974. С. 124–125.

УДК 811.161.1'38

## НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ, СЕМАНТИКИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АДВЕРБИАЛЬНЫХ КОМПЛИКАТОРОВ В ДЕЛОВОЙ РЕЧИ



А. В. Дегальцева

Саратовский государственный университет  
E-mail: deganna@mail.ru

Статья посвящена рассмотрению особенностей структуры, семантики и функционирования адвербиальных компликаторов в деловой речи. Автор доказывает, что разновидность стиля и жанр текста оказывают существенное влияние на выбор адвербиальных компликаторов, их семантику и функции.

**Ключевые слова:** синтаксис, семантическое осложнение простого предложения, адвербиализация, деловая речь.

### Some Peculiarities of Structure, Semantics and Functioning of Adverbial Complicators in Business Language

A. V. Degaltseva

The article is dedicated to examining the peculiarities of structure, semantics and functioning of adverbial complicators in business language. The author argues that the style type and the text genre have a significant impact on the choice of adverbial complicators, their semantics and functions.

**Key words:** syntax, semantic complication of simple sentence, adverbialisation, business language.

DOI: 10.18500/1817-7115-2015-15-4-29-36

Одним из актуальных подходов к изучению лингвистических явлений является ономазиоло-

гический подход, в центре внимания которого находится адресант сообщаемой информации с его интенциями, определяющими особенности выбора и организации языковых средств для решения коммуникативных целей и задач. Для того чтобы емко, лаконично и четко передать информацию, говорящий/пишущий прибегает к использованию компрессивных синтаксических конструкций. Это особенно важно и актуально при создании текстов «строгих» стилей, доминантой которых является точность, – научного и официального делового. К таким компрессивным синтаксическим средствам относятся, в частности, адвербиальные компликатеры. Суть семантико-синтаксического процесса адвербиализации заключается в том, что выражающая атрибутивно-обстоятельственное значение лексема (качественное наречие или функционально замещающая его словоформа), грамматически связанная с глаголом-предикатом, семантически относится к субъекту (характеризуя его) или ко всей ситуации. К адвербиальным компликатерам (далее – АК) в рамках данного исследования мы относим такие средства выражения атрибутивно-обстоятельственного значения, которые не создают формального осложнения предложения, не выражают таксисных значений и не передают полупредикативных отношений. По этой причине мы не рассматриваем некоторые адвербиальные компоненты, служащие средством выражения