

САНКТ-ПЕТЕРБУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Направление ФИЛОЛОГИЯ  
Образовательная программа  
«Русский язык и русская культура в аспекте русского языка как  
иностранных»

Лин Мэнюань

**Лексико-семантическая группа глаголов речевого воздействия в  
ситуациях делового общения:  
функционально-семантический аспект**

Выпускная квалификационная работа  
магистра лингвистики

**Научный руководитель:**  
к.ф.н., доц. Косарева Е. В.

**Рецензент:**

к.ф.н., доц. Санкт-Петербургского  
государственного политехнического  
университета  
Куралева И. Р.

Санкт-Петербург

2017

## **Оглавление**

Generating Table of Contents for Word Import ...

## **ВВЕДЕНИЕ**

Настоящая выпускная квалификационная работа посвящена исследованию лексико-семантической группы русских глаголов речевого воздействия.

Лексико-семантическая группа является одной из основных единиц описания лексики в целях обучения русскому языку как иностранному (РКИ), о чём свидетельствуют работы известных учёных: Ю. Д. Апресяна (Апресян, 1995), Е. И. Зиновьевой (Зиновьева, 2005), И. П. Слесаревой (Слесарева, 1990), Э. В. Кузнецовой (Кузнецова, 1989) и другие.

Лексико-семантическая группа — класс слов одной части речи, имеющих в своих значениях достаточно общий интегральный семантический компонент (компоненты) и типовые уточняющие дифференциальные компоненты, а также характеризующиеся высоким схематизмом сочетаемости и широким развитием функциональной эквивалентности и регулярной многозначности (Кузнецова, 1989).

Изучение лексических единиц в составе лексико-семантических групп (ЛСГ) включает не только семантический анализ входящих в ЛСГ слов и словосочетаний, но и их сочетаемостную характеристику, выявление их словообразовательных, грамматических и функциональных особенностей (Зиновьева, 2005: 45).

Лексико-семантическая группа является наиболее ярким выражением системности лексики. При описании ЛСГ учитывается синонимия, антонимия, многозначность, а также синтагматические связи. Лексико-семантические группы, которые выделяются и описываются с определенными целями в плане преподавания языка, признаются многими учеными одной из основных форм группировки лексики при обучении русскому языку как иностранному.

**Актуальность** работы обусловлена следующими причинами:

- 1) важностью и необходимостью для иностранцев изучения

лексико-семантической группы глаголов речевого воздействия;

2) сложностью усвоения и понимания лексики данной группы в связи с различием семантики глаголов в ситуациях делового общения при активном ее употреблении;

3) трудностью анализа особенностей функционирования русских глаголов, входящих в лексико-семантическую группу глаголов речевого воздействия;

4) важностью употребления глаголов речевого воздействия в ситуациях делового общения.

**Объектом исследования** в нашей работе является лексико-семантическая группа глаголов речевого воздействия.

**Предмет исследования** – семантика и особенности функционирования русских глаголов, входящих в лексико-семантическую группу речевого воздействия, в ситуациях делового общения.

**Научная новизна** исследования состоит в том, что впервые проводится анализ лексико-семантической группы глаголов речевого воздействия в ситуациях делового общения в функционально-семантическом аспекте.

**Гипотеза** исследования: употребление глаголов речевого воздействия с семантикой просьбы, предложения, одобрения, недовольства, приказа обусловлено как ситуациями делового общения, так и внутренней семантикой глаголов речевого воздействия.

#### **На защиту выносятся следующие положения:**

1. В деловой коммуникации чаще используются глаголы, находящиеся в ядре синонимических рядов.
2. В письменной деловой речи в перформативных высказываниях

часто используются нейтральные глаголы, не имеющие эмоционально-оценочной семантики.

3. В устной деловой речи глаголы с семантикой просьбы, предложения, одобрения, недовольства, приказа заменяют синонимичные конструкции, позволяющие имплицитно воздействовать на адресата.

**Цель работы** – выявить и описать особенности семантики и функционирования в современном русском языке лексических единиц, входящих в лексико-семантическую группу глаголов речевого воздействия, в ситуациях делового общения.

Указанная цель предусматривает решение следующих **задач**:

- 1) описать теоретическую базу работы;
- 2) отобрать из толковых словарей русского языка и на основе анализа семантики классифицировать глаголы, входящие в исследуемую лексико-семантическую группу;
- 3) отобрать контексты употреблений глаголов исследуемой лексико-семантической группы в собранных материалах 2015-2016 годов (тексты деловой переписки и диалоги современных предпринимателей);
- 4) проанализировать семантические особенности глаголов речевого воздействия при их функционировании в ситуациях делового общения;
- 5) определить особенности семантики глаголов различных подгрупп в ситуациях делового общения.

В соответствии с обозначенными задачами в работе будут применяться следующие **методы исследования**:

- 1) метод сплошной и направленной выборки;
- 2) метод компонентного анализа;
- 3) метод наблюдения;

- 4) полевой метод;
- 5) описательный метод;
- 6) сравнительный метод;
- 7) метод функционально-семантического анализа.

**Теоретическая значимость** работы заключается в том, что исследование вносит определенный вклад в разработку теоретических проблем, связанных с изучением лексических значений с выделением их прагматического компонента в лексико-семантических и функционально-семантических полей, специфики функционирования лексики в деловом общении.

**Практическая значимость** работы состоит в том, что результаты исследования могут быть использованы в лексикографии, в том числе – учебной, лекционных курсах по лексикологии и непосредственно в практике преподавания русского языка как иностранного, в том числе русского языка для делового общения.

**Материалом исследования** служат данные словаря глаголов, толковых словарей русского и национального корпуса русского языка (<http://ruscorpora.ru/search-main.html>), деловые письма, а также расшифрованные тексты диалогов современных бизнесменов в ситуациях делового общения.

**Структура работы.** Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, приложения.

Во введении очерчиваются актуальность, предмет и объект исследования, теоретическая и практическая значимость работы, определяется научная новизна исследования.

В первой главе рассматриваются теоретические основы данного исследования (понятие лексико-семантической группы, понятие речевого воздействия, понятие ситуаций делового общения).

Во второй главе определяется объем и состав глаголов,

образующих синонимические ряды в рамках данной лексико-семантической группы глаголов и проводится функционально-семантический анализ глаголов, входящих в ЛСГ глаголов речевого воздействия в ситуациях делового общения.

# **Глава I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ И ОПИСАНИЯ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ ГЛАГОЛОВ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ**

## **1.1. Системные связи в лексике**

Системность в языке является одной из основных проблем лингвистики. Ф. де Соссюр (Соссюр, 1990; 2001) был первым лингвистом, который представил язык как систему. Сегодня системность в языке получила общее признание. Современная русская лексикология обращает огромное внимание на семантику русской лексики, глубже исследует внутреннюю закономерность системы.

Системность в языке является одной из основополагающих проблем лингвистики. Понятие системы, как многие сложные и развивающиеся понятия, не имеет однозначного толкования. В общем смысле под системой понимается «совокупность элементов, связанных внутренними отношениями» (Степанов, 1975: 54). Системные фонологические зависимости (система в фонетике), грамматические зависимости (система в морфологии и синтаксисе).

Как считает И. П. Слесарева, в отношении к лексике понятие «система» применяется сравнительно недавно и с определёнными оговорками, хотя понимание того, что слова в языке связаны внутренними отношениями, было свойственно исследователям лексики с древнейших времен, задолго до того, как стали говорить о системе, системном подходе (Слесарева, 1990: 13).

В Большом энциклопедическом словаре термин «языковая система» имеет такое определение: «Множество языковых элементов любого естественного языка, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которое образует определенное единство и

целостность. Каждый компонент языковой системы существует не изолированно, а лишь в противопоставлении другим компонентам системы. Поэтому он рассматривается, исходя из его роли в составе языковой системы, т.е. в свете его значимости (функциональной релевантности)» (Языкоzнание. Большой энциклопедический словарь (БЭС), 2000: 452).

Термин «языковая система» употребляется либо в частном (локальном) смысле — как закономерно организованная совокупность однородных языковых элементов одного уровня, связанных устойчивыми (инвариантными) отношениями («система падежей», «фонологическая система» и пр.), либо в обобщающем (глобальном) смысле — как закономерно организованная совокупность локальных систем («подсистем») (Языкоzнание. Большой энциклопедический словарь (БЭС), 2000: 452).

Лексика русского языка, как и любого другого, представляет собой не простое множество слов, а систему взаимосвязанных и взаимообусловленных единиц одного уровня. Ни одно слово в языке не существует отдельно, изолированно от общей номинативной системы. Слова объединяются в типы на основании тех или иных признаков (Зиновьева, 2005: 30).

Лексикология образует самые разнообразные отношения внутри различных лексических групп, составляющих номинативную систему языка. Каждая единица лексической системы входит одновременно в два вида отношений: синтагматические (или линейные) и парадигматические (нелинейные).

### **1.1.1. Парадигматические отношения**

В лексической системе языка выделяют группы слов, связанных общностью или противоположностью значения — синонимы и антонимы; сходных или противопоставленных по стилистическим свойствам; объединённых общим типом словообразования; связанных общностью происхождения; принадлежностью к активному или пассивному запасу лексики и т. д. Системные связи охватывают также целые классы слов, единых по своей категориальной сущности (выражающие, например, значение предметности, признака, действия и т. д.). Такие системные отношения в группах слов, объединяемых общностью признаков, называют парадигматическими (Зиновьева, 2005: 31).

К парадигматике относятся группировки слов в системе языка, основой которых выступает оппозиция: синонимия, антонимия, гипонимия, паронимия, гнездо слов, семья слов, лексико-семантическая группа, а также наиболее общая группировка слов — поле (Лингвистический энциклопедический словарь (ЛЭС), 1990: 438).

Под парадигматическими отношениями понимаются смысловые или формальные отношения между словами. Например, по признаку говорения: *болтать, говорить, кричать, шептать*. Эти слова входят в одну лексико-семантическую парадигму по семантическому признаку речевой деятельности.

Парадигматические связи слов лежат в основе лексической системы любого языка. Лексико-семантические парадигмы в каждом языке достаточно устойчивы и не подвержены изменения под влиянием контекста. Однако семантика конкретных слов может отражать особенности контекста, в чём также проявляются системные связи в лексике.

Таким образом, слова составляют определённые парадигмы, основанные на сходстве признаков или их противопоставленности, одно и то же слово может входить в разные парадигмы. Поэтому при анализе семантики слов нужно учитывать определенные речевые ситуации и определять, в какой парадигме необходимо рассматривать слово.

### **1.1.2. Синтагматические отношения**

Одним из проявлений системных отношений слов является их способность соединяться друг с другом. Как пишет Е. И. Зиновьева, сочетаемость слов определяется их предметно-смысловыми связями, грамматическими свойствами, лексическими особенностями. Например, слово *стеклянный* может быть употреблено в сочетании со словами *шар*, *стакан*, *банка*, *бутылка*, *посуда*. Но невозможны словосочетания *стеклянная книга*, *стеклянная котлета* и т.д., так как предметно-смысловые связи этих слов не имеют взаимной сочетаемости. Нельзя также связать слова *стеклянный* и *бежать*, *стеклянный* и *далеко* — из-за их грамматической природы (прилагательное не может сочетаться с глаголом, обстоятельственным наречием) (Зиновьева, 2005: 31).

Системные связи, проявляющиеся в закономерностях сочетания слов друг с другом, называются синтагматическими. Они выявляются при соединении слов, то есть в определённых лексических сочетаниях.

Синтагматика — это совокупность правил, закономерностей, определяющих отношения между единицами в речевой цепи, — синтагматические отношения. Синтагматические отношения основаны на линейном характере речи, который исключает

возможность произнесения двух языковых элементов одновременно и предполагает лишь линейную временную последовательность. Синтагматические отношения всегда существуют в речи, это отношения сосуществования и последовательности (Русский язык. Энциклопедия, 1979: 288).

К синтагматике относят группировки слов по их расположению в речи относительно друг друга (сочетаемость, аранжировка). Основой этих отношений выступает дистрибуция (Лингвистический энциклопедический словарь (ЛЭС), 1990: 438).

И. П. Слесарева считает, что парадигматические и синтагматические характеристики взаимосвязаны. «Проблема соотношения парадигматических и синтагматических характеристик — это, по существу, проблема соотношения языка и речи, системы и ее функционирования, т. е. под парадигматическим понимается тот план языка, который рассматривает единицы языка (лексические единицы) как элементы системы, объединяемые в памяти на основе ассоциативной связи сходства / противопоставления. Синтагматика — это связи между языковыми единицами (лексическими единицами) по смежности, связи в линейном ряду, в речи (Слесарева, 1990: 21).

Мы понимаем синтагматическое отношение как проявление системных связей, которое опирается в процессе реализации значений слов на их предметно-логический смысл и закономерность синтаксического соединения слов в речи. Нужно заметить, что парадигматические и синтагматические отношения вместе создают внешние структуры лексической системы. Но особенности сочетаемости отдельных слов в значительной мере зависят от ситуации. В сравнении с парадигматическим связями

синтагматические в большей мере подвержены изменениям, обусловленным содержанием речи.

### **1.1.3. Деривационные отношения**

Ещё одним проявлением системности лексики является наличие деривационных (словообразовательных) отношений между единицами — отношений смысловой мотивации одних слов другими. Например: *лес* — *лесник*, *вода* — *водичка* и др.

Как отмечается в ЛЭС, деривация (от лат. *derivatio* — «отведение, образование») — «принятое в структурной лингвистике и теории речевой деятельности понятие формальной, семантической и функциональной производности и иерархии единиц всех уровней языковой системы, а также понятие межуровневых отношений. Например: *снег* — *снежок* (фонетическая деривация на морфонологическом уровне), *объявлять* — *объявление* (словообразовательная деривация), *медведь* — *медведь* (о человеке) (лексическая деривация), *пришла зима* — *зима пришла* (экспрессивный порядок слов) (синтаксическая деривация)» (Лингвистический энциклопедический словарь (ЛЭС), 1990: 438).

Деривационные отношения предусматривают процесс образования новых языковых единиц. При этом деривацию и парадигматику можно сформировать на основе синтагматики.

## **1.2. Понятие «лексико-семантическая группа»**

Лексико-семантическая группа является одной из основных единиц описания лексики в современной науке. Понятие «лексико-

семантическая группа слов» было впервые выдвинуто В. В. Виноградовым (Виноградов, 1977). Изучение лексико-семантических групп (ЛСГ) и их взаимодействия — одна из главных задач лексикологии.

Лексико-семантическая группа (ЛСГ) – это совокупность слов одной части речи, объединенных интегральной семой. Свою работу теории ЛСГ посвятили известные учёные: Ю. Д. Апресян (Апресян, 1986), Е. И. Зиновьева (Зиновьева, 2005), И. П. Слесарева (Слесарева, 1990), Э. В. Кузнецова (Кузнецова, 1989).

Изучив данные работы, мы считаем необходимым привести в нашем исследовании определение Э. В. Кузнецовой: «Лексико-семантическая группа — это класс слов одной части речи, имеющих в своих значениях достаточно общий интегральный семантический компонент (компоненты) и типовые уточняющие дифференциальные компоненты, а также характеризующиеся высоким схематизмом сочетаемости и широким развитием функциональной эквивалентности и регулярной многозначности» (Кузнецова, 1989: 113).

Мы также придерживаемся определения ЛСГ, предложенного И. П. Слесаревой: «ЛСГ понимается как языковая и психологическая реальность, принципиально вычленимое объединение слов, члены которого имеют одинаковый грамматический статус и характеризуются однородностью смысловых отношений – отношений смысловой близости по синонимическому типу» (Слесарева, 1990: 13).

Определение отношения смысловой близости по синонимическому типу следует понимать как условное и имеющее расширенное значение. Под этими отношениями имеются в виду отношения синонимов, гипонимов, гиперонимов, а также

отношения, которые не представляется возможным подвести ни под один из названных типов отношений.

Антонимы входят в ЛСГ. Например: *говорить – молчать* (в ЛСГ глаголов речи). Кроме того, в состав ЛСГ входят слова, которые имеют несколько значений, но представлены в ЛСГ лишь одним из своих значений, поэтому одно многозначное слово может входить в разные ЛСГ. Например: глагол *съездить* в прямом значении входит в ЛСГ глаголов движения, а в переносном значении «ударить кого-либо» — в ЛСГ глаголов физического воздействия на объект.

Лексико-семантическую группу Е. И. Зиновьева рассматривает «как самое яркое выражение системности лексики, т. к. учитывает синонимию, антонимию, многозначность, а также синтагматические связи» (Зиновьева, 2005: 46).

Таким образом, когда мы изучаем слова в лексико-семантических группах, мы не только анализируем семантику слова и словосочетания, но и исследуем их сочетаемостные характеристики, выявляем их словообразовательные, грамматические и функциональные особенности.

Структура лексико-семантической группы является важной частью. В структуре ЛСГ выделяются ядро и периферия. Ядро составляет центр ЛСГ, в него входят семантически и стилистически нейтральные слова, имеющие обобщающий характер. Периферию ЛСГ составляют более редкие, лексически вторичные наименования с наибольшим числом дифференциальных сем. Например: специальные слова (термины), слова с коннотативным элементом значения.

В ядре ЛСГ можно выделить базовое слово или базовый синонимический ряд. Базовое слово ЛСГ заключает в своей семантике интегральную, общую сему для всех единиц данной ЛСГ.

Такое слово в научной литературе называется базовым идентификатором ЛСГ. Базовый идентификатор обладает определенными свойствами и отличается от других слов своей группы. Это слово имеет нейтральную стилистическую окраску, в нем отсутствуют коннотативные элементы значения. Именно поэтому это базовое слово может выступать практически в любом контексте. И базовый идентификатор характеризован наибольшей частотностью.

По мнению исследователей, «базовое слово-идентификатор группы должно быть простым по морфемному составу, обладать самой широкой сочетаемостью среди единиц данной ЛСГ, иметь психологическую важность для носителей языка и не должно быть недавним заимствованием» (Зиновьева, 2005: 46).

### **1.3. Понятие «синонимический ряд»**

Известно, что синонимические отношения свойственны лексическим, фразеологическим, грамматическим, словообразовательным системам языка. Проблема синонимии в русском языке довольно сложна, в понимании и определении синонимии нет единого мнения среди лингвистов, поскольку русский язык имеет разные системы близких по значению слов, которые отличаются смысловыми, экспрессивными или стилистическими оттенками.

По мнению П. Н. Денисова, «синонимами называют слова, близкие или тождественные по своему значению, выражающие одно и то же понятие, но различающиеся или оттенками значения, или стилистической окраской, или и тем и другим» (Денисов, 1980: 98).

Синонимы, как правило, принадлежат к одной и той же части речи и выступают как взаимозаменяемые элементы высказывания.

Ю. Д. Апресян же определяет синонимы следующим образом: «лексемы, толкования которых доведены до уровня семантических примитивов, имеют такую пересекающуюся часть, которая либо больше их суммарных различий (если рассматриваются две лексемы), либо не меньше, чем их суммарные различия (если рассматриваются три и более лексемы)» (Апресян, 1995: 60). Ю. Д. Апресян справедливо обратил внимание на то, что формальное определение лексических синонимов при нынешнем состоянии семантики представляется невозможным.

В качестве рабочего мы принимаем традиционное определение синонимов, содержащееся в Лингвистическом энциклопедическом словаре, которое в наибольшей степени отвечает задачам нашего исследования: под синонимами нами понимаются слова одной и той же части речи, имеющие полностью или частично совпадающие значения. Синонимы служат детализации и различию тонких смысловых оттенков понятия или выражению экспрессивных, стилистических, жанровых и иных различий (Лингвистический энциклопедический словарь (ЛЭС), 1990: 447).

Синонимы объединяются в синонимические ряды, различные по составу — от минимальных, двучленных, до протяженных рядов, включающих иногда более двух десятков слов.

Исследователь М. И. Фомина считает, что «два и более лексических синонима, соотносимых между собой при обозначении одних и тех же явлений, предметов, признаков, действий и т. д., образуют в языке определенную группу, парадигму, иначе называемую синонимическим рядом» (Фомина, 2001: 415).

На первое место в синонимическом ряду обычно ставится определяющее по значению и стилистически нейтральное слово – доминанта (его еще называют стержневым, основным, опорным словом). Другие члены ряда уточняют, расширяют его семантическую структуру, дополняют ее оценочными значениями.

Согласно Л. Г. Барласу и Г. Г. Инфантовой, синонимический ряд – это группа синонимов, как правило, начинающаяся наиболее общим по смыслу и стилистически нейтральным словом. Первым в синонимическом ряду обычно бывает слово, имеющее наиболее общее значение, стилистически нейтральное, свободное от дополнительных эмоционально-экспрессивных оттенков. Это слово-доминанта (Барлас, Инфантова, 2003: 155).

Так, нейтральный глагол *сказать* является доминантой в ряде синонимов, объединенных значением «сообщать что-либо». Этот глагол наиболее емко передает значение, объединяющее все синонимы, кроме того, он не имеет никаких экспрессивно-стилистических оттенков. Остальные слова данного ряда отличаются в семантико-стилистическими особенностями и, соответственно, спецификой употребления в речи. Например, *предвещать* – книжное слово, «предсказать пророчески что-либо (обычно с оттенком иронии)»; *проболтать* – разговорное слово, «провести в болтовне, в пустых разговорах определенное время». Синонимы *сказать*, *предвещать*, *проболтать* отличаются не только семантическими оттенками, но и возможностями лексической сочетаемости (они сочетаются лишь с наречиями).

Синонимические ряды делят на разновидности по различным критериям.

Во многих описаниях синонимов русские исследователи разграничивают семантические (идеографические, или понятийные)

и стилистические синонимы. Первые различаются оттенками в значении (*друг — приятель, трусливый — робкий, критиковать — обвинять*). Если у слов не совпадают только прагматические свойства (экспрессивно-оценочные компоненты семантики), то их традиционно относят к стилистическим синонимам (*говорить — ве́щать, спрашивать — молить, захвалить — славословить*) (Винокур, 1997: 465). Однако разделение на идеографические и стилистические синонимы весьма условно, поскольку чаще всего синонимы различаются и оттенками значения, и экспрессивной окрашенностью (*объяснять — разжевывать, одежда — облачение*) (Черняк, 2010: 128).

Синонимию можно определить как полную или частичную эквивалентность значений, выраженных разными лексемами. В зависимости от степени семантической близости синонимия может проявляться в большей или меньшей мере.

Полными синонимами чаще всего бывают научные термины: *орфография — правописание*, а также однокорневые слова, образованные с помощью синонимических аффиксов: *захваливать — нахваливать, бросать — кидать*.

С развитием языка из пары абсолютных синонимов один может исчезнуть и выйти из употребления, например: *уговаривать — уве́щать, языкознание — языковедение*.

Нужно отметить, что не всякие частично сходные по смыслу лексемы являются синонимами. По определению Д. Н. Шмелева, синонимы — «это слова, несовпадающими семантическими признаками которых являются только такие признаки, которые могут устойчиво нейтрализоваться в определенных позициях» (Шмелев, 1977: 78).

Китайские русисты, занимающиеся проблемами синонимии в функционально-семантическом аспекте, представили три подгруппы синонимии, что объясняется различиями функций, которые выполняют в языке синонимы, а именно: идеографические синонимы, стилистические синонимы, контекстуальные синонимы. Следует сказать, что при данном делении границы могут быть довольно зыбкими ([URL: https://wenku.baidu.com/view/95d9e08a5f0e7cd185253660.html](https://wenku.baidu.com/view/95d9e08a5f0e7cd185253660.html) ).

Идеографические (семантические, смысловые) синонимы обладают тождественными лексическими значениями, но между ними существуют смысловые нюансы. Эти группы слов отличаются степенью интенсивности, экспрессивности и сочетаемостью. Например, глаголы *пожурить* – *упрекнуть* – *обвинить* объединяются значением «выражать кому-нибудь неодобрение, недовольство за что-нибудь» (Большой толковый словарь русского языка, 2000), но они отличаются оттенками в значениях, поэтому используются в разных ситуациях: *пожурить* — «провести некоторое время, журя кого-нибудь» (Большой толковый словарь русского языка, 2000): *Мать пожурила его с полчаса за шалости; упрекнуть* — «сделать упрёк» (Большой толковый словарь русского языка, 2000): *Не упрекай меня, ведь я нечаянно это сделал; обвинить* — «счесть виновным, упрекнуть, укорить кого-нибудь» (Большой толковый словарь русского языка, 2000): *В неблагодарности он меня не обвинит.*

Другим примером является синонимическая пара *секрет – тайна*. Эти слова имеют много общего по значению: «то, что не подлежит разглашению, что скрывается от других» (Большой толковый словарь русского языка, 2000). Но *секрет* может рассматриваться в бытовом понимании как, к примеру, *технологический секрет*, а

слово *тайна* имеет более общее значение: *природная тайна* или *коммерческая тайна*.

Стилистические синонимы определяют слова, имеющие одно и то же лексическое значение, но отражают свои эмоциональные оттенки, и использованы в разных стилях речи. Опираясь на эти оттенки, стилистические синонимы принадлежат к определённому стилю речи. Например: *молить – просить*. Они имеют значение «выражать мольбу, просьбу» (Большой толковый словарь русского языка, 2000) и отличаются стилистической окраской. *Молить* используется в книжном стиле: *Слышно, как в темноте, надрываясь, кричат и молят кто-то о помощи (Серафимович)*. Слово *просить* – в разговорном стиле: *Я прошу у друга помощи*. Стилистические синонимы различаются на основе экспрессивности.

Контекстуальные синонимы являются словами, не совпадающими по значению, но имеющими один и тот же смысл в определенном контексте, в котором эти слова могут, так или иначе, замещать друг друга. Использование контекстуальных синонимов проявляет разнообразие живого воображения и позволяет избегать повтора слов.

Таким образом, мы можем рассматривать синонимические ряды как слова, сопоставляемые в данном лексико-семантическом объединении, тождественные или предельно близкие по значению. В зависимости от семантических или функционально-стилистических различий условно выделяются два основных типа синонимов: семантические и стилистические синонимы.

Синонимические связи слов подтверждают системный характер русской лексики.

## **1.4. Глагол как часть речи в русской грамматике**

Части речи – это группы слов, объединенных на основе общности их признаков. Глагол – часть речи, обозначающая действие или состояние как процесс. В разных языках глаголы имеют различные грамматические категории, из которых наиболее типичны время, лицо, наклонение, вид и залог. Основная функция глагола в предложении – быть сказуемым (Языкознание. Большой энциклопедический словарь (БЭС), 2000).

По мнению В. В. Виноградова, «семантическая структура глагола более ёмка или гибка, чем всех других грамматических категорий. Глагольное слово, с богатством и разнообразием значений, сочетает богатство и разнообразие форм» (Виноградов, 1977: 117).

Термин «глагол» в переводе с латинского означает «слово». Глагол считается самой сложной, семантически ёмкой, грамматически содержательной частью речи. Многие выдающиеся учёные и лингвисты говорили о важности роли глаголов: М. В. Ломоносов, А. Х. Востоков, Ф. И. Буслаев, В. Гумбольдт, Х. Штейнталль (Большая советская энциклопедия, 1967-1978).

В. Н. Мигирин рассматривал эволюцию предложения и частей речи в направлении от имени к глаголу как «проявление общей эволюции человеческого мышления в направлении от категории субстанции к категории процесса, от идеи материи к идее процесса» (Мигирин, 1973: 56).

В современной лингвистике по вопросу об объеме и границах глагольной лексики существуют две точки зрения. В узком понимании термина «глагол» в состав глагольной лексики включают только спрягаемые формы, к которым относят и инфинитив. В широком понимании к глаголу относят дополнительно к названным также причастия и деепричастия, то есть неспрягаемые формы.

Все глагольные формы делятся на две группы: спрягаемые формы и неспрягаемые формы (неопределенная форма, причастие, деепричастие).

Необходимо выявить дифференциальные признаки глаголов, которые определяются на основе критериев разграничения частей речи. Эти критерии для номинативной лексики значат категориальное значение, морфологические и синтаксические особенности, словообразовательные возможности.

Действие считается категориальным значением спрягаемых форм глагола. Авторы «Русской грамматики-1980» (Русская грамматика, 1980) справедливо рассматривают глагол в значении процесса. Глагол представляет процесс и действия (*взять, смотреть*), и состояния (*тошнить, нездоровиться*), и отношения (*обладать, относиться*). Таким образом, категориальные значения спрягаемых глаголов имеют процессуальность.

Причастия имеют другое категориальное значение – они обозначают признак предмета по действию, например: *работающая машина*.

Деепричастия называют признак действия, состояния, отношения, содержащий добавочное значение процесса: *шел, обходя лужи; отдыхал, намаявшись за день*.

Можно сказать, что категориальное значения спрягаемых и неспрягаемых форм во многом противопоставляются.

Глагол богат грамматическими категориями и соответствующими формами. Глаголы включают в себя категории, которые присущи только этой части речи: категории вида, залога, наклонения, времени, – есть и общие с другими частями речи категории: категории числа, лица, рода.

Морфологические категории глагола различаются по составу охватываемых ими форм. Категории вида и залога существуют во всех формах глаголов, включая причастия и деепричастия. Остальным морфологическими категориями обладают не все глаголы.

Причастия имеют категории вида, залога, времени, но они в значительной степени трансформированы в сравнении с соответствующими категориями у спрягаемых форм.

Деепричастия имеют категории вида и залога, которые также в значительной мере отличаются от соответствующих категорий в спрягаемых формах; кроме того, они не изменяются по наклонениям, лицам, числам и т. д.

Спрягаемые и неспрягаемые формы глагола отличаются синтаксически.

Глаголы выполняют в предложении роль простого глагольного сказуемого; причастия играют роль согласованного определения и именной части сказуемого; деепричастия – роль обстоятельств разных типов.

У спрягаемых и неспрягаемых форм наблюдаются различия и в словообразовании, формообразовании.

Таким образом, глаголы являются самой сложной, содержательной, и представительной частью речи, находятся в ядре предложений. Глагол обозначает речевое действие, пространственное действие, конкретное действие или психологическое состояние и отвечает на вопросы *что делать?* *что сделать?* Помимо спрягаемых и неспрягаемых форм глаголы отличаются дифференциальными признаками, которые проявляются в области категориального значения, морфологических и синтаксических особенностей, словообразовательных возможностей.

#### **1.4.1. Глаголы речевого воздействия: общая характеристика**

Одним из основных условий существования человеческого общества является обмен информацией. «Передаваемые людьми сообщения не обязательно касаются конкретных, реальных ситуаций. Они могут относиться к прошлому и будущему, к вымышленным ситуациям, к гипотетическим существам, к абстрактным объектам и т. п. В типичной речевой ситуации, включающей говорящего, слушающего и высказывание говорящего, с высказыванием связаны самые разнообразные виды речевых актов: косвенные речевые акты, контактоустанавливающие речевые акты и эмоционально-оценочные речевые акты. То или иное высказывание информирует слушающих, вызывает у них раздражение или другие эмоции. Кроме того, он (говорящий) высказывает утверждение, отдает команду, докладывает, просит или угрожает» (Булыгина, Шмелев, 1997: 326).

В настоящее время в современном обществе активно формируется наука об эффективном общении. Она формируется как интегральная наука, объединяющая, интегрирующая усилия представителей целого комплекса смежных наук – традиционной системной лингвистики, коммуникативной лингвистики, психолингвистики, pragmalingвистики, риторики, дискурсивной лингвистики, стилистики и культуры речи, психологии, теории массовой коммуникации, рекламы, персонал-менеджмента, социологии, связей с общественностью, культурологии, этнографии, конфликтологии и др. (Стернин, 2012: 3). Этую науку сегодня принято называть речевым воздействием.

Различают два основных аспекта речевого воздействия – вербальный и невербальный.

Вербальное речевое воздействие – это воздействие при помощи слов. При вербальном воздействии успешность зависит от расположения, интонации, содержания выражаемой ими мысли.

Невербальное воздействие – это воздействие при помощи несловесных средств, которые сопровождают нашу речь (жесты, мимика, поведение во время речи, внешность говорящего, дистанция до собеседника и др.).

Изучение глаголов речевого воздействия – одна из актуальных проблем современной лингвистики. Глаголы речевого воздействия являются частью лексико-семантической группы глаголов речи и относятся к базовым глаголам, которые принадлежат к числу фундаментальных основных действий человека. Группы глаголов речевого воздействия не настольные, относительно варьируются. Считается, что глаголы речевого воздействия обозначают воздействие на собеседника с помощью речи для достижения определённой цели.

В Большом толковом словаре русских глаголовдается следующее определение глаголов речевого воздействия: «произносить (произвести) что-либо, каким-либо образом выражая различные эмоции и тем самым воздействуя на собеседника, приводя его в определённое эмоциональное состояние, также побуждая его к чему-либо, к совершению какого-либо, действия» (Большой толковый словарь русских глаголов, 2008: 297).

В работе Е. В. Падучевой выделяются следующие особенности этого класса: глаголы, обозначающие речевые действия, объединяются по признаку «способ действия», различие этих глаголов – в цели действия. Поскольку речевое действие имеет цель,

глаголы речи обладают двумя темами: одна тема, общая, – речь, а другая может быть своя для каждого подкласса. Речевой акт часто бывает встроен в тот или иной диалог (Падучева, 2003: 201-215).

С этой точки зрения можно разделить два типа глаголов речевого действия: 1) глаголы-реакции – такие как *согласиться, отказатьься, ответить*; 2) глаголы-стимулы, напротив, предполагающие последующую реакцию адресата, – типа *спросить, предложить*. В семантике глаголов-стимулов имеется так называемая « дальняя цель», которая не может быть достигнута говорением.

Т. Д. Сергеева выделяет следующие характеристики глаголов речевого воздействия:

1) Денотативная ситуация данных глаголов включает несколько обязательных компонентов: говорящий (адресант); слушающий (адресат, объект воздействия); текст; предмет речи; целеустановка говорящего.

2) Глаголы речевого воздействия относятся к разряду комплексных действий, «которые располагаются как бы в нескольких сферах одновременно». В речевом действии «представлен физический аспект – произнесение звуков, и психический – воздействие на собеседника, его настроение, и социальный – относящийся к человеческим отношениям».

3) Глаголы речевого воздействия отличаются степенью дескриптивности, то есть в них по-разному сочетаются элементы описательного и оценочного. Например, в глаголе *просить* преобладает описательный компонент, а в глаголе *умолять* – оценочный. Однако можно сказать, что глаголы этой группы преимущественно интерпретативны, то есть служат для передачи субъективной оценки говорящего (Сергеева, 2006: 63).

Таким образом, глаголы речевого воздействия могут быть

определенны как глаголы, используемые в речи с целью воздействия на слушающих. В сопровождении невербальных средств их воздействующая сила возрастает. Глаголы речевого воздействия употребляют в ситуациях, компонентами которых являются: адресант; адресат; текст; предмет речи; цель говорящего. Семантика глаголов речевого воздействия сочетает в себе элементы описательного и оценочного значений.

#### **1.4.2 Особенности глаголов речевого воздействия**

Исследование глаголов речевого воздействия невозможно без изучения понятия речевого акта. Речевой акт – акт, предназначенный для обозначения речевого воздействия или высказывания как процесса (Труфанова, 2001: 57).

Согласно теории речевых актов, речевой акт состоит из трех одномоментных фаз, уровней, актов: локуции, иллокуции, перлокуции.

Локутивный акт – «действие, которое приблизительно эквивалентно употреблению определённого предложения с определённым смыслом и определённой референцией» (Остин, 1986: 94).

Иллокутивный акт – это осуществление коммуникативного намерения говорящего совершить нечто с помощью речи. Понятие иллокуции как предназначения, функции высказывания связано с понятием интенции как намерения говорящего, его мотива и цели воздействия на слушающего с помощью речи (Формановская, 2007: 257).

Прямыми речевыми актом называют производство и произнесение такого высказывания, в котором однозначно выражается его

иллокутивная сила (интенциональное значение) (Формановская, 2007: 257). Например: *Благодарю вас!* – прямой речевой акт с благодарной интенцией. Выражение же *Вы можете закрыть окно* обладает характеристикой косвенного речевого акта. В этом случае слушающему нужно догадываться о смысле высказывания.

Фаза перлокуции наступает при достижении иллокутивного воздействия на адресата и получения ожидаемого результата. Термин «перлокутивный» сочетается со словом «эффект». Перлокутивный эффект обычно распознается по той или иной действенной или эмоциональной реакции адресата (Формановская, 2007: 257).

Функциональное значение речевого акта зависит от компонентов ситуации общения. Система речевого акта включает следующие компоненты:

- 1) адресант – « тот, кто адресует кому-либо почтовое отправление, письмо, телеграмму, посылку » (Большой толковый словарь русского языка, 2000: 30);
- 2) адресат – « тот, кому адресовано письмо телеграмма, почтовое отправление » (Большой толковый словарь русского языка, 2000: 30);
- 3) сообщение – « то, что сообщается, известие, сведение, информация, сообщаемые, излагаемые кем-либо » (Большой толковый словарь русского языка, 2000: 1235);
- 4) канал связи – материальная форма, в которой осуществляется речевой акт;
- 5) код – « система условных обозначений или сигналов для передачи (по каналу связи) обработки хранения различной информацией » (Большой толковый словарь русского языка, 2000: 436);

6) контекст.

То, что сейчас называется теорией речевых актов (ТРА), началось с наблюдения над особым типом высказываний, которые при своём осуществлении оказываются действием по названию: *благодарю вас* – действия благодарности. Анализу подверглись сначала глаголы, а вскоре высказывания-действия, получившие название перформативных.

Перформативы бывают выражеными эксплицитно и имплицитно.

Эксплицитное перформативное высказывание образует перформативный глагол (в форме 1 лица ед. или мн. числа несовершенного вида настоящего времени изъявительного наклонения действительного залога), объединяющий лексическое выражение интенции говорящего, например: *я обещаю*.

В имплицитном перформативном высказывании форма выражения является косвенным выражением намерения (интенции). В имплицитном перформативном высказывании не существует перформативных глаголов, но оно также рассматривается как равное действию. Например, если сказать: *Не можете ли вы помочь мне с вещами?* – это будет равносильно просьбе *Прошу вас помочь с вещами*.

## 1.5. Понятие ситуации

Ситуация — поле деятельности человека и содержательная основа всей его жизни вообще. Каждая ситуация, в которой оказывается человек, — часть его бытия. Совокупность ситуаций составляет содержание всей его действительности.

Термин «ситуация» в Большой российской энциклопедии получил следующее определение: «фрагмент действительности, который

служит референтом для языкового выражения с препозитивным значением. Это обобщающее слово для таких категорий, как событие процесс, состояние и действие, который представляет собой различные аспектуальные типы» (Большая российская энциклопедия, 1991: 479).

Всякое общение, производство и восприятие текстов-дискурсов происходит в социальной ситуации. «В самом общем виде социальная ситуация — это естественный фрагмент социальной жизни, определяемый включенными в него людьми, местом действия и характером развертывающихся действий или деятельности» (Василик, 2006: 345).

По мнению М. А. Василика, любую ситуацию формируют следующие факторы:

- 1) цели;
- 2) правила, то есть общепринятое мнение о допустимом и недопустимом поведении в ряде конкретных ситуаций;
- 3) роли, то есть принятые в данной культуре модели взаимодействия;
- 4) набор элементарных действий — простейшие вербальные и невербальные формы участия во взаимодействии;
- 5) последовательность поведенческих актов (например, принятый порядок смены ролей говорящего и слушающего);
- 6) концепты-занятие, то есть наличие в когнитивной структуре определённых категорий, обеспечивающих понимание ситуации (например, знание при игре в шахматы, что такое ферзь или что означает слово «шах»). В социальной ситуации такими концептами выступают представления о людях, социальной структуре, элементах взаимодействия и объектах, включенных во взаимодействие;

- 7) физическая среда, элементами которой являются границы ситуации (закрытое помещение, улица, площадь, и т.п.), физические качества среды, воздействующие на органы чувств (цвет, шум, запахи и т.п.), реквизит (например, классная доска, парты в школьном классе), пространственные условия (расстояния между людьми и объектами);
- 8) язык и речь, то есть situationно обусловленные словарь, обороты речи, интонации, используемые участниками взаимодействия;
- 9) трудности и навыки — различные препятствия для взаимодействия и навыки их преодоления (Василик, 2006: 345-346).

От общей социальной ситуации необходимо отличать «такую деятельностную её часть, которая ведет к порождению и протеканию речи. В отличие от денотативной ситуации, формирующей семантическую структуру предложения, коммуникативная ситуация характеризует обстоятельства общения в целом, его стимулы, его участников и т.д.» (Формановская, 2007: 53).

В научной литературе наряду с термином «коммуникативная ситуация» широкое распространение получило сочетание «речевая коммуникация».

С позиции языкоznания «речевая ситуация или коммуникативная ситуация – это: 1) ситуация речи, ситуативный контекст речевого взаимодействия; 2) набор характеристик ситуативного контекста, релевантных (значимых) для речевого поведения участников речевого события, влияющих на выбор ими речевых стратегий, приёмов, средств» (Педагогическое речеведение. Словарь-справочник, 1998: 191).

Речевая ситуация или коммуникативная ситуация — одна из составляющих речевого общения, представляющая собой совокупность речевых и неречевых условий, необходимых для осуществления речевого действия.

Основные параметры речевой ситуации: участники (адресант и адресат); предмет речи; цели, задачи речи; сфера речевого общения; обстоятельства (место, время, устная или письменная речь, присутствующие при общении люди и др.); жанр (урок, проповедь, доклад и др.); эффективность речи; код (язык, стиль и др.); социальные связи и личные отношения между говорящими; их социальные роли; канал связи (акустический/визуальный).

Анализ речевой ситуации с учётом её основных параметров помогает понять смысл сообщения, его цель, выявить причинно-следственные отношения между данным высказыванием и другими событиями, в том числе речевыми, и избежать коммуникативных неудач.

«Тип речевой ситуации (официальное/неофициальное общение; бытовое/деловое и др.), цели и задачи речи диктуют соблюдение определённых правил ведения разговора и требуют особых форм выражения содержания. На выбор языковых средств также влияют социальный статус, социальные и психологические роли собеседников. Для достижения эффективного общения необходим быстрый и верный выбор языковых средств, соответствующих данной речевой ситуации» (Смолина, 2005: 106-110).

Таким образом, речевая ситуация — это ситуация общения, включающая в свои границы как предмет речи, так и участников общения, их характеристики, взаимоотношения, время и место высказывания. Речевая ситуация обуславливает не только прямой, но

и косвенный смысл высказывания, которое имеет свою целевую функцию, и помогает правильно понять смысл сообщения.

### **1.5.1. Специфика делового общения**

Понятие общения ученые рассматривают с разных точек зрения. Так, его специфика определяется в лингвистике, психологии, социологии, философии.

В истории выдающиеся учёные и деятели по-разному определяли термин «общение». По С. И. Ожегову, сообщения – это «взаимные сношения, деловая или дружеская связь» (Толковый словарь русского языка, 2010).

Психологи под общением понимают «сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятия и понимания другого человека» (Краткий психологический словарь, 2006).

Термин «коммуникация» происходит от латинского слова «*communicatio – communicare*», что означает «делать общим, связывать, общаться». Поэтому в лингвистике термины «общение», «коммуникация» и «речевое общение» могут употребляться как синонимы.

С точки зрения языкознания, речевое общение или коммуникация – это «обмен мыслями, сведениями и т. д. — специфическая форма воздействия людей в процессе их познавательно-трудовой деятельности» (Лингвистический энциклопедический словарь (ЛЭС), 1990: 233). Другое определение – «общение с помощью речи

для достижения целей коммуникантов» (Иванов, Сквородников, Ширяев, 2003: 570).

На взгляд М. В. Колтуновой, «общение является одной из основных потребностей человека, а именно способом бытия человека в условиях взаимных отношений, взаимодействия между людьми, в процессе общения люди обмениваются мнениями, чувствами, эмоциями с помощью языка, в результате чего между людьми устанавливается определенная форма взаимоотношений и взаимовлияния, направленная на достижение определенного делового целесообразного результата» (Колтунова, 2002: 9).

Исследователи выделяют основные единицы речевого общения: речевое взаимодействие (высказывания, текст); речевую ситуацию; речевое событие.

Речевым взаимодействием называется процесс установления и поддержания целенаправленного прямого или опосредованного контакта между людьми посредством языка. В процессе речевого взаимодействия людей участвуют их мышление, воля, эмоции, знания, память.

Речевая ситуация – это система внешних, внеязыковых факторов использования языка, к которым относятся коммуникативная задача, предмет речи, особенности автора и адресата, условия общения. Речевая ситуация (контекст общения) играет важнейшую роль в речевом общении.

Речевая ситуация – это конкретные обстоятельства, в которых происходит речевое взаимодействие. Речевая ситуация является исходным моментом любого речевого действия в том смысле, что побуждает человека к речевому действию то или иное стечние обстоятельств.

Речевое событие – это протекающий в контексте речевой ситуации дискурс (текст, взятый в событийном аспекте). Речевое событие состоит из двух главных компонентов: 1) устной речи (то, что говорится, сообщается) и то, что ее сопровождает (жесты, мимика, движение и др.); 2) условия, обстановка, в которой происходит общение.

Общение неоднородно. Типология видов общения возможна на различных основаниях.

По теме общения: общение делится на политическое, научное, бытовое, религиозное, философское, учебно-педагогическое, воспитательное и т. д.

По цели общения – деловое и развлекательное.

По степени официальности – официальное и неофициальное общение.

По форме общения: закрытое, открытое, смешанное.

Деловое общение представляет собой один из видов общения, и пронизывает все сферы жизнедеятельности человека, без него не может обходиться ни управление, ни политика, ни образование, ни бизнес.

А. П. Панфилова определяет деловое общение как «процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, педагогической и пр.» (Панфилова, 2004: 15).

Е. С. Янова, опираясь на определение общения, данное А. А. Леонтьевым (Леонтьев, 1969; 2007), рассматривает деловое общение как «процесс становления и поддержания целенаправленного, прямого или опосредованного теми или иными средствами контакта

между людьми, связанными деловыми (производственными или коммерческими) отношениями» (Янова 2000: 38).

На наш взгляд, деловое общение – процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного делового результата, решение конкретной проблемы или реализацию делового определенной цели.

Специфика делового общения заключается в том, как отмечает Колтунова М.В, что столкновение, взаимодействие экономических интересов и социальное регулирование осуществляется в правовых рамках. Чаще всего люди вступают в деловые отношения, чтобы юридически оформить взаимодействия в той или иной сфере. Идеальным результатом взаимодействия и правового оформления отношений становятся партнерские отношения, построенные на основах взаимного уважения и доверия» (Колтунова, 2002: 5).

Другой специфической особенностью делового общения является его «регламентированность, то есть подчиненность установленным правилам и ограничениям» (Колтунова, 2002: 5).

Р. Р. Сулейманова в своей работе пишет: «Первым существенным признаком делового общения является то, что деловое общение существует не само по себе, как обособленный процесс, а всегда включено в какую-либо совместную социально-значимую предметную деятельность людей (экономическую, политическую, правовую, педагогическую и т. д.) и является формой организации этой деятельности.<...> Второй признак общения заключается в том, что содержание общения определяется самим предметом общения: тем, чем непосредственно заняты субъекты общения. Третий признак – наличие в деловом общении взаимного психологического влияния. Важнейшим признаком делового общения является также

наличие в нем формально-ролевого принципа взаимодействия субъектов общения, который реализуется на основе распределения их должностных ролей и статусных функций деловых партнеров» (Сулейманова, 2005: 20).

Таким образом, эффективное деловое общение требует знания всех его особенностей. Для развития эффективной профессиональной деловой деятельности необходимо придавать больше значения специфике делового общения.

### **1.5.2. Разновидности ситуаций делового общения**

Деловое общение представляет собой тип общения, целью которого является взаимообмен информацией между существующими или потенциальными партнерами. Во время делового общения решаются важные вопросы, ставятся и достигаются цели, приобретаются личностные и деловые качества. Чтобы лучше все это понимать, нужно разобраться в том, какие существуют виды делового общения.

По мнению М. В. Колтуновой, опираясь на различные признаки, общение делится на:

- 1) устное – письменное (с точки зрения формы речи);
- 2) диалогическое – монологическое (с точки зрения односторонности / двунаправленности речи между говорящим и слушающим);
- 3) межличностное – публичное (с точки зрения количества участников);
- 4) непосредственное – опосредованное (с точки зрения отсутствия / наличия опосредующего аппарата);

5) контактное – дистантное (с точки зрения положения коммуникантов в пространстве) (Колтунова, 2002: 5).

Все перечисленные факторы делового общения формируют характерные особенности деловой речи.

«В большей степени различаются устная и письменная деловая речь: обе формы речи представляют системно различающиеся разновидности русского литературного языка. Если деловая письменная речь представляет официально-деловой стиль речи, то устная деловая речь — различные формы гибридных стилевых образований» (Колтунова, 2002: 5).

Значительны языковые различия между диалогической и монологической деловой речью. Если монологическая речь в большей степени тяготеет к книжной речи, то диалогическая — к разговорной, что отражается в первую очередь на текстовой организации и синтаксических особенностях речи. Диалогическое общение — это по преимуществу межличностное общение, а публичная речь — это монологическая речь.

Дистантное, всегда опосредованное общение (телефонный разговор, почтовое и факсовое отправление, пейджинговая связь и т.п.) отличается от контактного, непосредственного повышенным вниманием к интонационному рисунку речи (устное общение), краткостью и регламентированностью, невозможностью использования жестикуляции и предметов в качестве носителей информации.

Деловое общение представляет собой широкий диапазон жанровых разновидностей письменного и устного общения.

Письменная деловая речь, в которой реализуются диалогические отношения, представлена всеми видами деловых писем, документами, фиксирующими социально-правовые отношения —

контрактами (договорами), соглашениями и всеми типами сопутствующих документов. Устная деловая речь, в которой реализуются диалогические отношения, представлена жанрами деловых переговоров, встреч, консультаций и т.п.

Совещания, собрания представляют собой особый тип протокольного общения, в котором по большей части представлена монологическая деловая речь, не только имеющая письменную природу, но и существующая сразу в двух формах — устной и письменной.

Деловое общение реализуется в различных формах: деловая беседа, деловые переговоры, деловые совещания и собрания, интервью, общественные мероприятия по планам администрации, воспитательные мероприятия, публичные выступления, устные и письменные распоряжения, прием посетителей и гостей, выставки и конференции, спор, дискуссия, полемика, телефонные разговоры, деловая переписка, информирование сотрудников и др.

Под деловой беседой понимают речевое общение между собеседниками, которые имеют необходимые полномочия от своих организаций и фирм для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем или выработки конструктивного подхода к их решению.

Деловые переговоры предполагают наличие несовпадающих или даже противоположных интересов участвующих сторон и требуют от участников умения достигать разумного соглашения. Разумное соглашение максимально отвечает законным интересам обеих сторон, справедливо регулирует сталкивающиеся интересы, является долговременным, принимает во внимание интересы общества, не портит отношений между сторонами.

Дискуссия — процесс продвижения и разрешения проблем путем сопоставления, столкновения, ассимиляции, взаимообогащения предметных позиций участников (мнений участников по сути решаемой проблемы).

Телефонный разговор – это контактное по времени, но диктантное в пространстве и опосредованное специальными техническими средствами общение собеседников. Соответственно, отсутствие визуального контакта увеличивает нагрузку на устно-речевые средства взаимодействия партнеров по общению.

Таким образом, деловое общение обусловлено различными формами, и любая форма делового общения определяется для того, чтобы с помощью взаимного обмена мнениями достичь отвечающих интересов обеих сторон, которые бы устроили всех участников переговоров.

Во второй главе мы будем анализировать тексты в различных формах и ситуациях делового общения, в том числе и деловая беседа, деловые переговоры, собрания, прием посетителей, выставки и т.п.

## **Выводы**

Лексика выступает не как простое множество слов, а как система взаимосвязанных и взаимообусловленных единиц одного уровня.

При лингводидактическом описании русского языка как иностранного необходимо учитывать системные отношения слов: парадигматические, синтагматические и деривационные.

В структуре ЛСГ можно выделить ядро и периферию. В ядре ЛСГ можно выделить базовое слово или базовый синонимический ряд. Базовое слово ЛСГ заключает в своей семантике интегральную, общую сему для всех единиц данной ЛСГ.

Синонимические ряды как слова, сопоставляемые в данном лексико-семантическом объединении, тождественны или предельно близки по значению. И в зависимости от семантических или функционально-стилистических различий условно выделяются два основных типа синонимов: семантические и стилистические синонимы.

Глаголы являются самой сложной, содержательной и представительной частью речи, находятся в ядре предложений. Глагол обозначает речевое, пространственное, конкретное действие или психологическое состояние. Глаголы отличаются дифференциальными признаками, которые проявляются в области категориального значения, морфологических и синтаксических особенностей, словообразовательных возможностей.

Глаголы речевого воздействия могут быть определены как слова, которые способствуют воздействию на слушающих. Глаголы речевого воздействия употребляют в ситуациях, в которые входят такие компоненты, как адресант, адресат, текст, предмет речи и цель говорящего.

При изучении глаголов речевого воздействия важно учитывать, что такая речевая ситуация, то есть ситуация общения, включающая в свои границы как предмет речи, так и участников общения, их характеристики, взаимоотношения, время и место высказывания. Речевая ситуация обуславливает не только прямой, но и косвенный смысл высказывания, которое имеет свою целевую функцию и помогает правильно понять смысл сообщения.

Специфика делового общения заключается в том, что взаимодействие экономических интересов и социальное регулирование проходит в правовых рамках. Чаще всего люди вступают в деловые отношения, чтобы юридически оформить

взаимодействия в той или иной сфере. Идеальным результатом взаимодействия и правового оформления отношений становятся партнерские отношения, построенные на основах взаимного уважения и доверия.

Деловое общение делится на устное – письменное, диалогическое – монологическое, межличностное – публичное, непосредственное – опосредованное, контактное – дистантное.

Деловое общение реализуется в различных формах: деловая беседа, деловые переговоры, деловые совещания и собрания, интервью, общественные мероприятия по планам администрации, воспитательные мероприятия, публичные выступления, устные и письменные распоряжения, прием посетителей и гостей, выставки и конференции, спор, дискуссия, полемика, телефонные разговоры, деловая переписка и др.

## **Глава II. ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ ГЛАГОЛОВ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В СИТУАЦИЯХ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

### **2.1. Семантика глаголов речевого воздействия, входящих в лексико-семантическую группу**

#### **2.1.1. Объём глаголов речевого воздействия, входящих в лексико- семантическую группу в ситуациях делового общения**

Для описания семантики всех единиц данной ЛСГ мы привлекли материал из трех словарей: Нового объяснительного словаря синонимов русского языка, Большого толкового словаря русских глаголов и Словаря русского языка.

Согласно словарю русских глаголов, типовая семантика глаголов речевого воздействия сводится к следующему определению: «произносить что-либо каким-либо образом, выражая различные эмоции, тем самым воздействуя на собеседника, проводя его в определённое эмоциональное состояние, а также побуждая его к чему-либо, к совершению какого-либо действия». Базовые глаголы данной лексико-семантической группы – *говорить, произносить, сообщать*. Согласно словарям, в эту ЛСГ входит большое количество единиц: *агитировать, божиться, бранить, взмаливаться, грозить, допрашивать, ехидничать, врать, выговаривать, вымаливаться, выпрашивать, завывать, заклинать, звать, клонить, кляузничать, командовать, корить, критиковать, набрасывать, нападать, насмехаться лгать, льстить, молить, обрывать, оговаривать, одёргивать, оклеветать, орать, осторегать, отговаривать, приветствовать, приводить*,

*придиrаться, отчитывать, подговаривать, порочить, приказывать, проклинать, просить, ругать, сказать, уговаривать, угрожать, укорять, сквернословить, славословить, стыдить, требовать, упрашивать, упрекать, хвалить, шутить.* В состав ЛСГ глаголов речевого воздействия входят также глаголы, использование которых может характеризовать ту или иную ситуацию делового общения: *выговаривать, выпрашивать, бранить, командовать, критиковать, корить, молить, отговаривать, осторегать, подговаривать, придиrаться, оклеветать, порочить, приказывать, просить, ругать, сказать, уговаривать, угрожать, укорять, требовать, упрашивать, упрекать, хвалить, советовать.*

## **2.1.2. Классификация глаголов речевого воздействия**

В лексико-семантической группе глаголов речевого воздействия можно выделить разные подгруппы. На основе анализа дефиниций глаголов можно их классифицировать по цели адресанта, которая считается основным компонентом, формирующими коммуникативные ситуации делового общения.

По цели были выделены 5 подгрупп:

- 1) глаголы, которые выражают просьбу: *просить, молить, умолять, клянчить, упрашивать, выпрашивать;*
- 2) глаголы, характеризующиеся целью предложения: *предлагать, советовать, рекомендовать, консультировать, отсоветовать;*
- 3) глаголы, используемые для выражения одобрения: *одобрять, хвалить, славить, расхваливать, превозносить;*
- 4) глаголы, которые выражают кому-либо неодобрение, недовольство: *упрекать, критиковать, корить, бранить, обвинять, осуждать, ругать.*
- 5) глаголы, способствующие выражению приказа: *приказывать, командовать, требовать, настаивать, обязывать.*

Эти пять подгрупп глаголов позволяют воздействовать на адресата, приводить его в какое-либо эмоциональное состояние или побуждать его к совершению какого-либо действия.

## **2.1.3. Синонимический ряд «просьба»**

Синонимический ряд данной лексико-семантической группы глаголов со значением просьбы состоит из нескольких лексических единиц, основными из которых являются шесть слов: *просить*, *молить*, *умолять*, *клянчить*, *упрашивать*, *выпрашивать*. Данный ряд состоит из однокоренных глаголов (*молить* – *умолять*, *просить* – *упрашивать* – *выпрашивать*) и глагола *клянчить*. Перечисленные глаголы объединены интегральной семой «обращение к кому-либо, призывающее удовлетворить какие-либо нужды, желания» и отличаются дифференциальными семами, управлением, стилистической окраской, внутренней формой.

В следующей таблице приведем дефиниции глагольных синонимов данного синонимического ряда.

Таблица 1. Лексическое значение глаголов речевого воздействия в разных словарях.

Глаголы	А. П. Евгеньева	Л. Г. Бабенко	Ю. Д. Апресян

<b>просить</b>	несов., перех., кого-чего, неопр., или союзом, чтобы. 1) Добавиться чего-л. у кого-л.. 2) Иметь потребность, нуждаться в чём. 3) Обращаться к кому-л. с просьбой. 4) приглашать, звать.	несов., кого - что о чем, чего и с инф. Разговаривая с кем- л., обращаться к кому-л., настоятельно призываю удовлетворить какие-л. нужды, какое-л. желание, исполнить, соблюсти что-л., син. вымаливать, вымаливать, уговаривать, упрашивать	Синоним просить обладает наиболее общим значением. Просить можно и о важном для субъекта, и о пустяках. Смысловая специфика глагола просить по сравнению с другими синонимами не велика и не создается не способностям лексического значения, а способностью просить употребляется в ряде специфических прагматических ситуациях.
<b>молить</b>	несов., перех., и без доп. 1 ) П р о с и т ь , у м о л я т ь . 2 ) в ы р а ж а т ь молитву, просьбу.	несов., кого- что и без доп. П р о из н о с и т ь настойчиво слова просьбы, упрашивая, умоляя кого-л. О чем-л., син.: вымаливать, заклинать, просить	Речевой акт молить часто осуществляется с помощью особых слов и выражений, указывающих на выше ценности адресата, о которых субъект напоминает ему и во имя которых, по мнению субъекта, адресат должен выполнить его просьбу.

<b>умолить</b>	сов., перех., склонить к чему-л. просьбами, мольбами	сов. убеждая кого - л. В чём склонять к чему-л. Горячими просьбами. син. упрашивать.	Синоним умолять в перформативной функции в разговорной речи могут допускать ослабленное употребление и терять свои специфические отличия от просить.
<b>упрашиват ь</b>	несов. к упросить. перех.. просьбами убедить, склонить к согласию на что-л..	несов., кого - что. Обращаться к кому-л. с настоятельными призывами удовлетворить какие-л нужды, исполнить какие-л. желания, склонить к согласию на что -л., син. вымаливать, выпрашивать, просить, молить удовлетворить какие-л. нужды, исполнить какие-л. желания, склонить к согласию на что-л..	Упрашают в том случае, когда просьба субъекта не исполнена или он не получил от адресата согласия исполнить её. Поскольку субъект очень хочет, чтобы адресат её выполнил, он пытается преодолеть его сопротивление, повторяя неоднократно свою просьбу
<b>выпрашив ать</b>	несов., к выпросить. Перех., и чего. Добиться чего-л., получить что-л. усиленными просьбами.	несов., что, чего. Обратившись к кому-л. с усиленными просьбами, добиваться чего-л. желаемого, син. вымаливать	В случае выпрашивать тон наименее специфичен: он может быть униженным, и может быть и просто настойчивым.

клянчить	несов., перех., и без доп., прост. Неуступчиво, назойливо просить.		В случае клянчить субъект старается разжалобить адресата, представляет своё положение как более бедственное, чем оно есть на самом деле, и его тон становится жалобным и плаксивым. Из-за назойливого поведения и плаксивого тона субъекта речевые действия клянчить оцениваются говорящим отрицательно.
----------	--	--	--

Глагол *просить* имеет следующие значения: 1) Добиваться чего-либо у кого-либо. *Прошу направить в наш адрес коммерческое предложение на поставку холодильного оборудования с указанием сроков поставки и условий оплаты. Прошу предоставить мне очередной оплачиваемый отпуск с 15.07.2016 по 22.07.2016. Просим принять во внимание данные обстоятельства и согласовать дополнительное соглашение к вышеуказанному договору в части добавления недостающих работ на неучтеннную сумму (Приложение №1 к настоящему письму). Я хотел бы договориться о встрече с Вами и обсудить возможности нашего сотрудничества. Извините, а можем мы рассчитывать на специальные скидки? Пожалуйста, заполните бланки регистрации.*

2) Иметь потребность, нуждаться в чём-либо. *Тоска по физическому труду угнетала Давыдова. Все его здоровье, сильное тело жадно просило работы.* 3) Обращаться к кому-л. с просьбой,

побуждая выполнить её. *Давайте его подождем.*

#### **2.1.4. Синонимический ряд «предложение»**

ЛСГ глаголов: *предлагать, советовать, рекомендовать, консультировать, отсоветовать* включает четыре синонима и один антоним. Синонимический ряд состоит из разнокоренных глаголов, которые объединены интегральной семой «давать советы». Данный ряд входит в класс глаголов, обозначающих такое речевое действие, главной целью которого является *давать предложения*. Отличаются же глаголы дифференциальными семами.

В следующей таблице приведем дефиниции глаголов данного ряда.

Таблица 2. Лексическое значение глаголов речевого воздействия в разных словарях.

<b>Глаголы</b>	<b>А . Евгеньева</b>	<b>П . Л. Г. Бабенко</b>	<b>Ю. Д. Апресян</b>
<b>предлагат ь</b>	<p>Несов. к предложить.</p> <p>Перех. с неопр. с союзом «чтобы».</p> <p>Заявить о своей готовности, желание</p> <p>представить что-л., у служить каким-л. образом кому-л.</p> <p>Попросить кого-л. сделать что-л.</p> <p>попросить заняться чем-л.</p> <p>Потребовать выполнения чего-л., предписать что-л. Сделать что-л.</p> <p>предметом рассмотрения, выбора со стороны других.</p>	<p>несов., что и с инф., сообщать кому-л. о своей готовности, желании</p> <p>предоставить что-л., у служить каким-л. образом кому-то.</p>	

<b>советоватъ</b>		<p>Несов, что и с инф. Говорить что-л., давая наставления. Указания советы, как поступить или как что-л сделать; син. Рекомендовать</p>	<p>Чтобы советовать, достаточно иметь мнение о рассматриваемой ситуации, которое может быть результатом богатого жизненного опыта, размышлений, взвешивания различных «за» и «против». Поэтому обычно за советом обращаются к человеку, которого считают опытнее, умнее, мудрее. Наиболее типичной для советовать является ситуация, когда адресат находится в затруднении, когда он не в состоянии сам решить проблему.</p>
-------------------	--	---	--

<b>рекомендовать</b>	<p>Несов.перех.</p> <p>Дать отзыв о ком-л., чём-л., представить кого-л., что-л. как обладателя каких-л. качеств.</p> <p>Дать каком-л. лице благоприятный отзыв, обычно с ручательством за него, для поступления на работу или для выступления в какую-л. организацию.</p> <p>Посоветовать.</p> <p>Назвать, представляя кому-л. при знакомстве.</p>		<p>Чтобы рекомендовать, обычно требуется знание, особенно профессиональное, с опорой на прецедент и т.д. наиболее типичной для рекомендовать является ситуация когда адресата не располагает достаточной информацией для действия, так что рекомендация может оказаться видом справки или инструкции.</p>
<b>консультировать</b>	<p>Несов. перех. Без доп. Давать консультацию, быть консультантом.</p>	<p>несов., кого-что. Помогая кому-л., давать советы по каким-л. вопросам, будучи компетентным, обладая авторитетом профессионала в какой-л. области</p>	

<b>отсоветоват ь</b>	Сов. С неопр. Убедить не делать чего-л., отказаться от какого-л. намерения .	сов., кому и с инф. Убедить кого-л., не делать чего-л., отказаться от какого-л намерения высказывая своё мнение.	
--------------------------	--	--	--

Глагол *предлагать* имеет значения: 1) Заявить о своей готовности, желании предоставить что-л., услугить каким-л. образом кому-л.

*Мы хотели бы также предложить Вам свои услуги. Мы сможем вам предложить не только шубы и шапки из черного соболя, но и жилетки, шляпы, воротники... Мы можем предоставить вам скидку в 15 процентов.* 2) Попросить кого-либо сделать что-либо, попросить заняться чем-либо. *предложить сесть. Видя, что ничто не может занять её, он предложил её танцевать.* 3) Потребовать выполнения чего-либо, предписать что-либо. *Предлагаю выкупить для группы билеты. Сделать что-либо предметом рассмотрения, выбора со стороны других. Предложить новый план занятий.*

Глагол *советовать* имеет значение «давать какой-то совет, рекомендовать что-либо сделать, как-либо поступить». *Если вы хотите использовать деньги каждый день для платежей, посыпать и получать переводы, я советую вам сделать универсальный вклад. Вам лучше всего приехать к нам в Экспоцентр и обсудить все интересующие вас вопросы на месте.*

С помощью таблицы и анализа мы можем выделить интегральную и дифференциальные семы этого ряда. Интегральной семой является сема «заявить о своей готовности, желание предоставить что-либо, помочь каким-либо образом кому-либо».

Таким образом, из анализа семантики глаголов мы можем заметить, что доминантой ряда является глагол *предложить*.

### 2.1.5. Синонимический ряд «одобрение»

Данный синонимический ряд включает четыре синонима: *одобрять, хвалить, расхвалить, превозносить*.

Таблица 3. Лексическое значение глаголов речевого воздействия в разных словарях.

Глагол	А . Евгеньева	П .	Л. Г. Бабенко	Ю. Д. Апресян
<b>одобрять</b>	Несов. к одобрить. Перех. Положительно, с похвалой отозваться о действиях кого-л., счасть правильным поступок, поведение кого-л. Приять что-л., согласится с чем-л.		Несов. кого-что. Относится к кому-л. положительно, с похвалой, признавая х о р о ш и м , п р а в и л ы м , д о п у с т и м ы м поступок, поведение, слова кого-л.; син: п о д б а д р и в а т ь , п о о щ р я т ь , приободрять.	
<b>хвалить</b>	Несов. перех. Высказывать одобрение, похвалу кому-, чему-л.		Н е с о в . к о г о . П р о я в л я т ь о д о б р и т е л ь н о е отношение к кому- лю, устно или п и с ь м е н н о отзываясь о ком-л. хорошо.	
<b>расхвалить</b>	Сов. Перех. Очень хвалить, высказать одобрение кому-л., чему-л.			

<b>превозносить</b>	К превознести. Перех. Очень высоко оценить, восхвалить, взвеличить.		
---------------------	--	--	--

Доминанта синонимического ряда обладает самой широкой сочетаемостью среди единиц данной ЛСГ. Остальные единицы синонимов имеют дополнительные значения, и дефиниции этих глаголов отличаются от доминанты детализацией и тонкими смысловыми оттенками понятия.

На основе вышесказанного мы можем отметить, что доминантой ряда является глагол *хвалить*.

### **2.1.6. Синонимический ряд «недовольство»**

Синонимический ряд данной ЛСГ состоит из семи разнокорневых глаголов, выраждающих неодобрение, недовольство: *упрекать, критиковать, корить, бранить, обвинять, осуждать, ругать*.

Таблица 4. Лексическое значение глаголов речевого воздействия в разных словарях.

<b>Глагол</b>	<b>А . П . Евгеньева</b>	<b>Л. Г. Бабенко</b>	<b>Ю . Д . Апресян</b>
<b>упрекать</b>	Выражать кому-л. неодобрение, недовольство, делать упрёки.	Несов., кого что. Произносить обвинения по отношению к кому-л., укоряя кого-л. в чём-л., порицая за что-л., выражая кому-л. неодобрение, недовольство, син.: укорять.	Упрекать указывает на то, что действия или свойство адресата нежелательны для самого субъекта. В упрекать содержится также указание на обманутые ожидания субъекта, который в силу близости своих отношений с адресатом мог рассчитывать на другое поведение с его стороны. При этом в случае упрекать эмоция, сопровождающая речевой акт, более конкретизирована.
<b>критиковат ь</b>	Несов., перех. подвергать критике.	Несов., произносить суждения, содержащие разбор чего-л., с целью оценить достоинства, обнаружить и исправить недостатки.	

<b>корить</b>	Несов., перех. Упрекать, обвиняя в чем-л., порицая за что-л., укорять. Ставить кому-л. что-л. в вину; попрекать.		Корят более суворым тоном, чем укарают. Корить чаще представляется как непрерывное длительное действие. Корить тяготеет к ситуациям самоосуждения.
<b>бранить</b>	Несов., перех.. обидными, резкими словами порицать, укорять, ругать.	Несов., кого что. Произносить громко резкие, грубые слова, выражая недовольство кем-л., чем-л., син.: ругать.	Бранить обычно предполагает обоснованность претензий субъекта к адресату и попытку повлиять на адресата с целью и справить его.
<b>обвинять</b>	Несов., перех. Полагать, считать виновными в чём-л.. считая виновным в чём., привлекать к судебному разбирательству, судебным порядком устанавливать виновность кого- л. в чём-л. поддерживать обвинение, выступать в качестве судебного обвинителя, прокурора.	Несов., кого что за что, в чём. Относиться к кому-л. отрицательно, враждебно, упрекая, осуждая кого-л., считая виноватым в чём-л., совершившим какой-л. проступок.	Обвинять может употребляться перформативно. Обвинять в наиболее типичном для него круге употреблений предполагает совпадение адресата и объекта обвинения. Обвинять предполагает непосредственную ответственность человека за какие-то действия или свойства, которые субъект считает нарушением общепринятых норм.

<b>осуждать</b>	Несов., перех, к осудить. Признав виновными, вынести обвинительный приговор, устанавливающий меру наказания. Признать предосудительным что-л., выразить неодобрение кому-л., чему-л.	Несов., кого. Относиться к кому-л. неодобрительно, признавая поведение, действия, слова и т.п. кого-л. предосудительными, плохими, син.: порицать.	Глагол осуждать, в форме несов., допускает и речевую, и ментальную интерпретацию. Осуждать свободно употребляется в ситуации совпадения субъекта и объекта осуждения. Осуждать предполагает большую степень неодобрения и более резкие формы его выражения. В связи с этим осуждать предполагает большую энергию осуждения.
<b>ругать</b>	Несов., перех. Называть оскорбительными, грубыми, бранными словами; бранить. Отзываться о ком-, чем-л. неодобрительно, высказывать порицание кому-, чему-л.	Несов., кого что. Говорить в адрес кого-л. грубые оскорбительные слова, син.: бранить.	Ругать обычно предполагает обоснованность претензий субъекта к адресату и попытку повлиять на адресата с целью и справить его.

По сравнению с семантикой других единиц синонимического ряда, значение доминанты представляется самым простым и нейтральным. Все признаки глагола *упрекать* соответствуют

дефиниции термина «доминанта». Доминантой данного синонимического ряда является глагол *упрекать*.

### **2.1.7. Синонимический ряд «приказ»**

Синонимический ряд состоит из разнокоренных глаголов *приказывать, командовать, настаивать, обязывать*, – которые объединены интегральной семой *давать приказ*. Данный ряд входит в класс глаголов, обозначающих такое речевое действие, главной целью которого является приказ. Отличаются же глаголы дифференциальными семами.

Глагол	А . П . Евгеньева	Л. Г. Бабенко	Ю. Д. Апресян
<b>приказываеть</b>	Несов., к приказать, обычно с неопр., перех.. Отдать приказ, приказание. Распорядиться, велеть. Поручить, отдать на попечение. Завещать.	Обычно с инф. Сообщать лаконично, в краткой форме официальные распоряжения, побуждая кого-л. к беспрекословному выполнению чего- л., какого-л. действия, син. : велеть, распоряжаться.	Приказывать обозначает категорические, предполагающие беспрекословное подчинение побуждения, характерные для военной или административной сфер деятельности

<b>командоват ь</b>	Несов., чем, кем-чем, над кем-чем и без доп. Произносить слова команды. Приказывать сделать что-л. быть командиром чего-л. приказывать, распоряжаться.	Произносить кратко, лаконично и с особой интонацией приказ, какое-л. указание, направляя и регулируя чьи-л. действия.	Командовать в большинстве случаев обозначают энергичные и короткие, иногда даже отрывистые приказы. Командовать допустим в условиях, когда субъект и адресат сведены обстоятельствами мгновенно
<b>настаивать</b>	Несов. к настоять. Перех. Приготовить настой чего-л.	Несов., на что, перен. Стремиться к достижению чего-л., достигать чего-л., убеждая кого-л. в чём., требуя чего –л.	
<b>обязывать</b>	Несов. к обязать. Перех Вменить кому-л. в обязанность, предписать сделать обязательным исполнение чего-л.	Несов., кого-что. Заставлять кого-л., что-л. непременно выполнить что-л., сделать что-л., вменяя в обязанность безусловное для исполнения действие, проступок, долг. Син.: предписывать.	

На основе анализа семантики глаголов мы можем отметить, что доминантой данного ряда является глагол *приказывать*.

В деловой коммуникации в зависимости от условий различных речевых ситуаций, наиболее употребительными являются глаголы речевого воздействия, находящиеся в центре синонимических рядов

и имеющие нейтральный характер. Глаголы *просить*, *предлагать*, *советовать*, *рекомендовать*, *приказывать* в текстах делового общения используются редко, чаще вместо них в качестве синонимичных употребляются определенные языковые конструкции. Иные глаголы из синонимических рядов, имеющие эмоционально-оценочную стилистическую окраску, в текстах делового общения не используются. Их семантика передается с помощью неверbalных средств общения, таких как интонация, мимика, жесты, поза, - благодаря чему и достигается воздействие на адресата. Однако изучение невербальных средств общения не входит в задачи нашего исследования.

## **2.2. Специфика употребления глаголов речевого воздействия в деловой коммуникации**

Для более точного определения лексико-семантических особенностей текстов деловой сферы и их иллокутивной силы в коммуникативном аспекте мы разделили эмпирический материал с точки зрения устной и письменной формы, а также классифицировали его исходя из целей сообщений. В данной работе

мы ограничились пятью группами текстов, основой которых являются: 1) просьба; 2) предложение; 3) одобрение; 4) недовольство; 5) приказ.

Кроме того, мы посчитали необходимым разделить исследуемые тексты по следующим признакам:

- участники общения (руководитель – подчиненные; заказчик – клиент);
- прямое или опосредованное общение (открытый диалог, телефонные переговоры, переписка).

Функционально-семантический анализ эмпирического материала предусматривает определение в деловых текстах глаголов речевого воздействия, их частотность и цель употребления, а также возможную трансформацию их лексического значения, появление дополнительных семантических оттенков, а также стилистические особенности.

## **2.2.1. Семантика просьбы в текстах делового общения**

Просьба – цель высказываний, без которой не обходится сфера делового общения. Деловые отношения изначально предусматривают взаимную выгоду для их участников, поэтому просьбы при заключении сделок, в процессе реализации тех или иных проектов, при решении возникающих проблем, при изменении условий работы и т.д. неизбежны.

Просьба в деловой коммуникации выражается разными способами в зависимости от различных факторов. Большую роль играют социальный и профессиональный статус участников общения; условия, определяющие речевую ситуацию; мотив просьбы.

В данной работе мы выделили основные глаголы в русском языке, имеющие семантику просьбы: *просить, молить, умолять, клянчить, упрашивать, выпрашивать*. Из них нейтральным, не имеющим никакой стилистической окраски, является лишь глагол *просить*. Остальные перечисленные глаголы имеют в своем лексическом значении эмоциональную окраску, поэтому в текстах деловой коммуникации, в основном, шаблонных, они, как показывает анализ, не употребляются.

В деловых текстах, предусматривающих в основе своей просьбу, используется глагол *просить*. Более того, как показывает анализ, на глагольной форме первого лица настоящего времени (*прошу, просим*) строится большая часть текстов в деловой переписке. Рассмотрим несколько примеров с использованием данного глагола в переписке партнеров по бизнесу.

### ***Пример 1.***

*Образец. Письмо-запрос коммерческого предложения.*

*Уважаемый Петр Иванович!*

*Прошу направить в наш адрес коммерческое предложение на поставку холодильного оборудования с указанием сроков поставки и условий оплаты.*

*Заместитель коммерческого директора*

*И .*

*И.Степнов*

(URL: <http://pro-document.ru/obrazets-dokumenta-pismo-zapros/>)

В этом примере коммерческой коммуникации использован глагол речевого воздействия *просить* в форме первого лица единственного числа. Глагол *просить* в данном случае употребляется с целью воздействия на адресанта: он указывает на обращение к деловым партнерам с призывом удовлетворить конкретную просьбу. Постановка глагола *прошу* в начале письма позволяет автору подчеркнуть значение просьбы, ее важность.

Препозитивное положение глагола *просить* наблюдается во многих шаблонных текстах делового общения. В частности, на этом строятся формы разного рода заявлений. Такова форма заявления, приведенного ниже.

### ***Пример 2.***

*Генеральному директору*

*ООО «Мечта» Иванову И. И.*

*от Счастливой А. А.*

### ***Заявление***

*Прошу предоставить мне очередной оплачиваемый отпуск с 15.07.2016 по 22.07.2016.*

*10.06.2016*

*Подпись*

*(Базанова , 2014:  
23)*

Глагол *просить* играет ключевую роль в форме заявления. Его употребление важно в функционально-семантическом аспекте. Использование данного глагола не только обеспечивает деловую коммуникацию – оно напрямую ведет к речевому воздействию на адресата, который, в свою очередь, получив просьбу, запрос или заявление, так или иначе обязан ответить.

Между тем постановка глагола в препозицию, как показывает анализ материала, наблюдается далеко не во всех текстах, предусматривающих просьбу. Приведем пример.

***Пример 3.***

*Генеральному директору ООО «ХРИЗОЛИТ»*

*Бутакову Д. Г.*

*от генерального директора ООО «ЭМРП»*

*Домогаева А. Ю.*

*Уважаемый Дмитрий Георгиевич!*

*В соответствии с договором № 27/03 от 27 марта 2016 г. по дооснащению депо Санкт-Петербург-Московское системой антиобледенительной обработки электропоездов «Сапсан» ООО "ЭМРП" в декабре 2016 года выполнило монтаж и запуск в эксплуатацию установки «Нордик» в максимально сжатые сроки, несмотря на позднюю доставку оборудования и технической документации, а также на срочность запуска установки в работу.*

*В соответствии со сводным сметным расчетом, приложенным к договору, стоимость работ по пуско-наладке установки «Нордик» составляет 3 000 000 руб. (без НДС).*

*Но в связи с выявленными уже после поставки оборудования изменениями технических условий и в целях наиболее полного решения вопросов, связанных с конструкторскими недочетами, некоторые работы не были учтены в изначальном сметном расчете.*

*Просим принять во внимание данные обстоятельства и согласовать дополнительное соглашение к вышеуказанному договору в части добавления недостающих работ на неучтенную сумму (Приложение №1 к настоящему письму).*

*Генеральный директор*

*Домогаев А. Ю.*

*(URL: <http://pro-document.ru/obrazets-dokumenta-pismo-zapros/>)*

Как видим, в данном примере в начале текста дано описание ситуации, в связи с которой возникла необходимость в просьбе, затем приведен абзац, составленный по шаблонной форме, заданной глаголом *просить*.

Глагол *просить* в деловой переписке выполняет смягчающую функцию, позволяет избежать выражения субъективной модальности.

Помимо данного глагола просьбу в письменной форме позволяют выразить и иные языковые конструкции. Рассмотрим пример обращения адресанта с личной просьбой к потенциальному партнеру.

***Пример 4.***

*Пол Моррисон*

*SaltisCor Ltd  
966 South Mississippi River Boulevard,  
Сент-Пол, Миннесота,  
Соединенные Штаты  
(651) 356-XXXX*

*Г-н Моррисон,*

*Меня зовут Игорь Петров, я – управляющий директор Ltd. The company «Center», Moscow. Общий друг и коллега, Стив Бэрч предложил мне связаться с Вами по поводу Вашего будущего посещения Москвы.*

***Я хотел бы договориться о встрече с Вами и обсудить возможности нашего сотрудничества.***

*Пожалуйста, свяжитесь со мной по телефону или по электронной почте.*

*С уважением,*

*Игорь Петров  
ООО Компания «Центр»  
56, улица Пушкина, Москва, Россия  
Телефон: +7 912 XXXXXX  
[IPcentr@google.com](mailto:IPcentr@google.com)*

В данном письме адресат заменил официальное обращение с глаголом *прошу* на более неформальную конструкцию *я хотел бы*. Глагол *хотеть*, открыто выражающий то или иное желание, обычно недопустим в деловой переписке в форме первого лица настоящего

времени. Трудно представить официальный текст с конструкцией *Я хочу...* или *Мы хотим...* Однако мы не исключаем вероятность их использования в деловой коммуникации. Приведенное выше письмо показывает один из способов введения в деловой текст глагола *хотеть* – в форме сослагательного наклонения. Условное наклонение с частицей *бы* позволяет адресанту смягчить характер просьбы, при этом ее не отменяя. Кроме того, употребление глагола в сослагательном наклонении подчеркивает уважительное отношение к адресату.

Языковой оборот *я/мы хотел(и) бы...* часто встречается в деловом общении. Данное выражение указывает на формальную деловую коммуникацию, воздействует на адресата, побуждает выполнить ту или иную просьбу. Выражение *я/мы хотел(и) бы...* более косвенно выражает смысл говорящего. В этой ситуации языковой оборот *я/мы хотел(и) бы...* выражает значение глагола речевого воздействия *упрашивать*. В отличие от глагола *просить*, глагол *упрашивать* используется в том случае, когда просьба субъекта не исполнена или он не получил от адресата согласия исполнить ее. Поскольку субъект очень хочет, чтобы адресат ее выполнил, он пытается преодолеть его сопротивление, повторяя неоднократно свою просьбу или обращаясь с настоятельными призывами удовлетворить какие-либо нужды, исполнить какие-либо желания, склонить к согласию на что-либо.

В устной речи выражение просьбы прослеживается в различных языковых оборотах. Особенности устной формы текстов деловой коммуникации предоставляют большую свободу выбора лексических единиц. Приведем пример, в котором просьба выражена нехарактерными для письменной речи способами.

### **Пример 5.**

*Господин Белов представителя компании. Он встречает клиентов Дюруа и Таджима в аэропорту. Это первая встреча.*

*Белов: Меня зовут Антон Белов. Я – менеджер фирмы «Русский мех». Очень рад видеть вас в Петербурге.*

*Дюруа: Элен Дюруа. Рада познакомиться с вами. А где же мой японский коллега господин Таджима?*

*Белов: Его самолет немного опаздывает. Давайте его подождем.*

*Дюруа: Да, да, конечно... А, вот, кажется, и Ичиро! Совсем не изменился. И, кажется, он один. Какой сюрприз!*

(Бойцов, Бойцова, Вербицкая, Нестерова , 2003: 19 )

Деловой диалог происходит в неофициальной обстановке.

Адресант – представитель компании Антон Белов. Адресат – клиент Элен Дюруа.

Целью речевого воздействия в данной ситуации является изменение поведения клиента. Говорящий хочет, чтобы слушающий подождал немного. В примере актуализируются статусно-ролевые отношения. В деловом общении клиенты находятся в выгодном положении с точки зрения коммерческих интересов (коммерсанты зарабатывают благодаря им). Использование побудительного предложения выражает просьбу (обращение на *вы*): *Давайте его подождем.* Данное выражение указывает на формальную деловую коммуникацию, позволяет воздействовать на адресата, перейти из сферы потенциального, возможного в сферу реального, достигнутого. Императив *давайте...* в данной ситуации выполняет действия глагола *упрашивать*: просьбами убедить, склонить к согласию на что-либо.

Приведем еще один пример, в котором представлена

конструкция выражения просьбы, нехарактерная для деловой переписки, однако довольно часто встречающаяся в устной форме.

### **Пример 6.**

*Таджима: Думаю, что для начала мы купим по пятьдесят шуб из соболя и норки, семьдесят шуб из песца, и сто шапок из соболя. Норки и песца. На какие оптовые скидки мы можем рассчитывать при закупке такой партии?*

*Симонов: Обычно скидка при такой партии товара составляет около 10 процентов от розничной цены.*

*Таджима: Извините, а можем мы рассчитывать на специальные скидки?*

(Бойцов, Бойцова, Вербицкая, Нестерова, 2003: 39 )

Диалог происходит в официальной обстановке. Адресант – клиент. Адресат – представитель компании.

Цель клиента – получить специальные скидки – раскрывается в выражении просьбы в модальной вопросительной форме *можем мы*. Инверсия с частицей *а* и подразумевающейся вопросительной частицей *ли* придают тексту разговорный характер и выполняют функцию смягчения, подчеркивая вероятность возможности удовлетворения просьбы.

Языковой оборот с модальным словом *можем* использован в значении глагола *просить*. Выражение указывает на формальную деловую коммуникацию, воздействует на адресата, вынуждая его выполнить просьбу адресанта.

Наиболее распространенная в разговорной речи форма просьбы со словом *пожалуйста* также встречается и в деловой коммуникации. Ниже приведен пример, в котором использована

типичная форма такой просьбы.

### **Пример 7.**

*Господин Белов в гостинице у администратора уточнил информацию.*

*Белов: Добрый день! Я заказал два одноместных номера на имена госпожи Дюруа и господина Таджисма.*

*Администратор: Здравствуйте! Одну минуту... Да, для вас уже подготовлены два номера на втором и четвертом этажах. В каждом номере – ванная комната, радио, спутниковое телевидение, телефон. Мини-бар, фен. Пожалуйста, заполните бланки регистрации.*

(Бойцов, Бойцова, Вербицкая, Нестерова , 2003: 22 )

В общении с клиентами происходит типичный диалог. Адресант – господин Белов. Адресат – администратор.

Цель речевого воздействия в данной ситуации заключается в том, чтобы изменить поведение клиента и побудить его к новому действию. Администратор просит Белова, чтобы он заполнил бланки регистрации.

В данном примере используется повелительное наклонение глагола во множественном числе *заполните*, что подчеркивает уважительное отношение к клиенту, к которому обращаются на *вы*. Значение глагола в данной форме синонимично лексическому значению глагола речевого воздействия *просить* – обращаться к кому-либо с просьбой. Данное выражение указывает на формальную деловую коммуникацию, воздействует на адресата, переходит из сферы потенциального, возможного в сферу реального, достигнутого. Такие выражения могут называться перформативными

и являются типичными в деловом общении с клиентами для выражения просьбы.

Анализ писем делового характера позволил нам прийти к выводу о том, что в них наиболее часто используется глагол *просить*, который находится в ядре синонимического ряда глаголов со значением просьбы.

Употребление глаголов в повелительном наклонении в деловой коммуникации наблюдается редко. Это объясняется, во-первых, шаблонным характером деловых писем, во-вторых, спецификой семантики.

Выражение-императив *я/мы хотел(и) бы* позволяет косвенно выразить просьбу и реализовать непосредственные интенции. Проанализировав несколько примеров из деловой переписки, мы можем утверждать, что употребление глаголов речевого воздействия позволяет выражать просьбу эксплицитно, в то время как сослагательный оборот *я/мы хотел(и) бы* является формой имплицитной.

Просьбу в устной форме деловой коммуникации также позволяет выразить императив *давайте*, который придает речи разговорный характер.

Модальная вопросительная форма *а можем (ли) мы...?* также характерна для выражения просьбы в устной деловой речи.

Наиболее распространенная в разговорной речи форма просьбы со словом *пожалуйста* также встречается и в деловой коммуникации. Она используется в сочетании с глаголами в повелительном наклонении во множественном числе. Глаголы в данной форме синонимичны глаголу речевого воздействия *просить*. Такие выражения могут называться перформативными и являются типичными в деловом общении с клиентами для выражения

просьбы.

## **2.2.2. Семантика предложения в текстах делового общения**

Предложение, так же как и просьба, лежит в основе многих текстов сферы делового общения. Как правило, с такой целью строятся высказывания между партнерами по бизнесу, заказчиками и клиентами, реже – между коллегами и руководством. Авторы текстов с семантикой предложения преследуют цели, связанные с развитием бизнеса: продать услугу или товар, предоставить возможность выгодного сотрудничества.

При составлении подобных текстов в деловой коммуникации важно соблюсти этикет и не превратить предложение в навязывание. Для определения речевых приемов с семантикой предложения в деловых текстах рассмотрим несколько примеров.

### ***Пример 1.***

*Nordic GSE AB благодарна за выбор нашей системы предотвращения обледенения Nordic Anti-Icing в рамках реализуемого Вашей компанией проекта «Реконструкция депо «Металлострой» Октябрьской ж.д. в г. Санкт-Петербурге». В связи с чем мы хотели бы также предложить Вам свои услуги в качестве исполнителя работ по монтажу данного оборудования с целью гарантированной качественной работы нашего оборудования на протяжении всего срока эксплуатации.*

*- Стоимость Nordic Anti-Icing без учета налога (НДС 18%) составляет \*\*\*\*\* рублей. В указанную сумму входит стоимость доставки оборудования на территорию объекта.*

*- Стоимость производства монтажных работ составляет*

\*\*\*\*\* рублей без учета налога (НДС 18%).

- Стоимость антиобледенительной жидкости «Kilfrost» составляет – \*\*\*\*\* рублей без учета налога (НДС 18%).

*Надеемся на долгосрочное сотрудничество.*

В данном примере главную смысловую нагрузку несет конструкция мы хотели бы <...> предложить. Ее смягчающая функция позволяет авторам письма избежать навязывания услуги, которая, в свою очередь, описана в полной мере, что подтверждает условия деловой переписки, когда необходимо предоставить адресату детальную информацию для принятия решения.

Рассмотрим еще один пример.

## **Пример 2.**

*Светлана, итак!*

1. Эрмитаж. *Предлагаю выкупить для группы билеты (без очереди). Внутри гид приобретет аудиогиды для туристов (\*\* руб/чел + \*\*\* залог возвратный). Стоимость входного билета – \*\*\* руб/чел.*

2. Екатерининский дворец. *Проход по ваучеру (цена \*\*\*/чел, включая гида), во дворце к ваучеру дадут местного русскоговорящего гида под перевод. Это стоит \*\*\* руб. (оплачивается на месте). Но! Есть вероятность, что гида придется ждать некоторое время, так как загрузка очень большая. Поэтому я советую взять с собой аккредитованного в Царском селе гида с китайским языком – \*\*\* \$ + билеты, как я и говорила – \*\*\*/чел (включая Вашего гида).*

*С уважением, Кира Деменская*

*Отдел внутреннего туризма*

В этом неофициальном письме говорящий использует глагол

речевого воздействия *предлагать* в форме первого лица единственного числа и указывает на неформальную коммерческую коммуникацию. Автор письма напрямую обращается к адресату, не используя формы сослагательного наклонения, употребляя личное местоимение *я*, вводя тем самым элементы разговорного стиля и допуская определенный выход за рамки речевого этикета в деловой коммуникации, что подтверждает тесное сотрудничество и взаимопонимание с адресатом.

Строгая регламентация текстов деловой сферы сильно ограничивает выбор языковых средств для выражения той или иной цели высказывания. Это относится и к семантике предложения. В устной речи для передачи этого значения используются иные обороты, однако без глагола *предложисть* не обходится почти ни один текст.

### ***Пример 3.***

*Таджима: мне больше нравится мех черного соболя. Этот мех традиционный и более ценный.*

*Белов: тогда думаю, нам есть, чем вас порадовать. Мы сможем вам предложисть не только шубы и шапки и из черного соболя, но и жилетки, шляпы, воротники... но лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать.*

(Бойцов, Бойцова, Вербицкая, Нестерова, 2003: 33 )

Для данного диалога характерна официальная обстановка. Адресант – представитель компании мехов. Адресат – клиент.

Клиент выражает свое мнение и пожелание приобрести определенный товар. Адресант предлагает разные варианты для выбора. В этом случае адресант делает предложение, отражающее

семантику убеждения. Цель – заставить клиента купить товар. Конструкция *модальные слова + предложить...* часто встречается в диалогах делового общения продавцов с клиентами. Данное выражение воздействует на клиента так, чтобы он принял предложение и выполнил желание адресанта. Конструкция *модальные слова + предложить* носит значение глагола *предлагать*, но косвенно выражает смысл высказывания и позволяет проявлять уважение к клиенту.

Рассмотрим другой пример устного диалога между продавцом и покупателем.

#### ***Пример 4.***

*Таджима: Извините, а можем мы рассчитывать на специальные скидки?*

*Симонов: При закупке первой партии от пятидесяти штук каждого товара мы можем предоставить вам скидку в 15 процентов. При закупке ста штук и более скидка составит 17 процентов.*

*Таджима: Ну что же, это предложение для нас приемлемо.*

(Бойцов, Бойцова, Вербицкая, Нестерова, 2003: 47 )

Для диалога характерна официальная обстановка. Адресант – представитель компании. Адресат – клиент, покупатель.

Цель адресанта – получить соглашение от клиента, связанное с предоставляемыми скидками. Она достигается благодаря выражению просьбы в модальной форме *мы можем*. Одновременно выражение *мы можем* содержит добавочное значение уговаривания, убеждения и вынуждает клиента согласиться с мнением говорящего. Языковой оборот модального слова *можем* в данной речевой

ситуации по своей семантике равен глаголу *предлагать*: просить кого-либо сделать что-либо, заняться чем-либо.

В устной речи семантика предложения выражается в различных языковых конструкциях с использованием форм глаголов со значением совета, рекомендации: *рекомендую (ем)*, *советую (ем)*. Рассмотрим пример делового общения между клиентом и банковским служащим.

### **Пример 5.**

*В Сбербанке клиент обращается к банковскому служащему, чтобы узнать, как открыть счет и как его использовать. (A – клиент, B – банковский служащий).*

*A: Здравствуйте. Я хочу открыть счет в вашем банке.*

*B: А какой вклад вы хотите делать?*

*A: А какой вклад вы мне советуете?*

*B: Посмотрите, пожалуйста, вот брошюра. Наш банк предлагает срочные вклады, если вы хотите накопить деньги или получать доходы, и универсальные вклады. Если вы хотите использовать деньги каждый день для платежей, посыпать и получать переводы, я советую вам сделать универсальный вклад.*  
(Акишина, 2013: 110)

Данная ситуация складывается в деловой сфере общения с коллегами. Адресант – банковский служащий. Адресат – клиент.

В этом примере употребляется перформативный глагол в форме первого лица единственного числа изъявительного наклонения действительного залога несовершенного вида будущего времени. Глагол речевого воздействия *советовать*: давать какой-либо совет, рекомендовать что-либо сделать, как-либо поступить. Выражение

указывает на формальную деловую коммуникацию, эксплицитно воздействует на адресата, переходит из сферы потенциального, возможного в сферу реального, достигнутого.

Использование глагола *советовать* в значении предложения способствует установлению доверительных отношений между служащим и клиентом, что, в свою очередь, позволяет говорящему быстрее достичь своей цели, а именно – продать услугу.

Подобную функцию выполняют конструкции, построенные по схеме: личное местоимение второго лица множественного числа в форме дательного падежа + наречие *хорошо* в сравнительной или превосходной степени + инфинитив. Рассмотрим пример, в котором использована такая конструкция.

### ***Пример 6.***

*Разговор о размещении рекламы в Экспоцентре.*

*Фирма «Дизайн» в числе других фирм решила разместить свою рекламу в интерьерах Экспоцентра. Феликс Уайт звонит в дирекцию Экспоцентра.*

*- Какой вид рекламы вы будете заказывать: витрины, слайды, афиши, рекламные объявления или стенды?*

*- Вы знаете, этот вопрос я хотел бы обсудить с вашим сотрудником.*

*- Тогда, господин Уайт, вам лучше всего приехать к нам в Экспоцентр и обсудить все интересующие вас вопросы на месте.*  
( Акишина ,2013: 324)

Адресант – секретарь дирекции Экспоцентра. Адресат – представитель фирмы «Дизайн».

Адресат обращается к секретарю дирекции Экспоцентра с

имплицитной просьбой связать его с сотрудником фирмы. Адресант отвечает на вопрос предложением приехать в офис компании. В данной ситуации он обходится без употребления глагола *предлагать*, заменив его на оборот *вам лучше всего приехать*.

Конструкция *вам лучше (всего) + инфинитив* часто употребляется в деловых диалогах для внесения предложения. Она позволяет в имплицитной форме выразить предложение говорящего, выполняет функции глагола *советовать*, смягчает воздействие на адресата, также способствуя установлению с ним доверительных отношений.

Семантика предложения в деловой коммуникации ограничивается семантикой *долженствования*. Как показывает исследование, предложение и *долженствование* иногда в деловой коммуникации могут быть взаимозаменяемыми. Этот языковой процесс чаще происходит в общении руководства с подчиненными, что вполне объяснимо, а также в диалогах сотрудников компаний с клиентами. Рассмотрим пример.

### ***Пример 7.***

*Дирекция международной выставки «Новые информационные технологии» решила провести симпозиум для участников выставки и для всех заинтересованных лиц. Секретарь директора выставки позвонила в компанию «Интеркоммерс». Трубку сняла референт фирмы.*

- *Какие услуги оказывает ваша фирма?*
- *Мы можем предоставить вам весь комплекс услуг: помещение, аренду мебели, персонал, техническое обеспечение.*
- *А как, скажите, оформить аренду мебели.*
- *Для этого вам нужно отправить нам заявку, в которой*

*будет указано название всех предметов и их стоимость. Вы должны отправить на наш адрес гарантийное письмо. В нем вам нужно указать все виды услуг и их стоимость.* ( Акишина ,2013: 320)

В данном диалоге адресантом выступает референт фирмы. Адресат – секретарь директора выставки. Секретарь директора выставки обращается к референту с основной целью получить информацию. Адресант отвечает на вопрос предложением-советом, в котором также содержится семантика долженствования. Выражается это в конструкциях *вам нужно отправить* и *вы должны отправить*.

Конструкция со словом *нужно* способствует убеждению адресата в том, что предлагаемый предмет речи ему требуется, это его необходимость. Употребление же сочетания *быть* *должным* выражает обязанность выполнить то или иное действие. Причем, как показывает анализ, далеко не всегда в деловой коммуникации конструкция *вы должны + инфинитив* бывает оправданной.

В вышеприведенном примере речь идет не столько об обязанностях адресата, сколько о правилах взаимодействия компаний.

В ядре синонимического ряда глаголов со значением предложения, используемых в текстах делового общения находится глагол *предлагать*. Как показывает анализ текстов, этот глагол является наиболее частотным и несет основную смысловую нагрузку.

Выбор языковых средств для выражения предложения услуги или товаров в деловой коммуникации ограничен. Помимо эксплицитной формы *предлагаю / предлагаю*, чаще используемой в неофициальных текстах или в устной речи, распространена условная

форма *мы хотели бы предложить*, которая позволяет избежать эффекта навязывания услуги или товара.

Семантику предложения в устной форме делового общения повторяет перformatивный глагол *советовать*, способствующий установлению доверительных отношений между адресантом и адресатом.

В деловых диалогах для внесения предложения часто употребляется конструкция *вам лучше (всего) + инфинитив*.

Семантика предложения в деловой коммуникации ограничивается семантикой *долженствования*. Предложение и *долженствование* иногда в деловой коммуникации могут быть взаимозаменяемыми. Выражается это в конструкциях *вам нужно + инфинитив* и *вы должны + инфинитив*.

### **2.2.3. Семантика одобрения в текстах делового общения**

Одобрение представляет собой неотъемлемый семантический компонент в деловой коммуникации. Оно способствует установлению тесных деловых контактов, планированию совместных проектов двух сторон, а также стимулирует участников бизнес-общения к дальнейшей работе.

Лексическое значение слова *одобрение* в основе своей содержит положительную оценку, поэтому конструкции, выражающие одобрение, строятся на основе слов с положительнооценочным значением. Рассмотрим несколько примеров, доказывающих эту мысль.

#### ***Пример 1.***

*Симонов: Итак, как вам понравился показ моделей?*

*Таджима: Спасибо, я получил большое удовольствие. Кроме этого, я познакомился с каталогами и прейскурантами и готов обсудить условия контракта.*

(Бойцов, Бойцова, Вербицкая, Нестерова, 2003: 33 )

В этом письме адресантом выступает Симонов, адресатом – Таджима. В ответ на заданный вопрос Таджима использует стандартную форму вежливости со словом, выражающим благодарность, *спасибо*. Одобрение выражено словом *удовольствие*, которое означает «чувство радости, довольства от приятных ощущений, переживаний» [Большой толковый словарь русского языка. Под ред. С. А. Кузнецова. СПб., 2000]. Данное выражение употреблено с целью похвалы и воздействия на собеседника. Вместо глагола речевого воздействия *хвалить* использована конструкция *спасибо + я + получил + слово с положительной оценкой*, которая более развернуто выражает одобрение.

Глагол *хвалить* редко применяется в деловой коммуникации. Как правило, его заменяет конструкция: *спасибо + я/мы + получить + слово с положительной оценкой*.

Обычно похвала / одобрение в деловой коммуникации бывают направлены от адресанта адресату. Между тем в некоторых ситуациях говорящий вынужден высказывать одобрение в свой адрес, чтобы доказать ту или иную позицию или добиться определенной цели.

### ***Пример 2.***

*Работодатель: Мы назначили эту встречу, чтобы поговорить о Ваших личностных качествах и о Вашей профессиональной*

*квалификации. Пожалуйста, расскажите нам о себе.*

*Работодатель: Вы можете нам объяснить, почему наша компания должна взять Вас на работу?*

*Кандидат: Я очень хорошо умею работать с другими людьми, поскольку я настоящий командный игрок (умею работать в коллективе). Моя квалификация и мои профессиональные навыки позволяют мне справляться с любой работой.*

Как видим, речевая ситуация в приведенном примере обусловила построение диалога, предусматривающего семантику одобрения. Это собеседование при приеме на работу. Адресант – кандидат. Адресат – работодатель. Цель кандидата – найти работу – в такой ситуации может быть достигнута благодаря самоодобрению как основному речевому действию.

Оценочная семантика изначально лежит в основе любого подобного собеседования, так как работодателю необходимо принять решение о приеме кандидата, опираясь или на положительную, или на отрицательную оценку.

В приведенном примере говорящий не использует глагол речевого действия *одобрять* («положительно, с похвалой отозваться о действиях кого-либо, счесть правильным поступок, поведение кого-либо. <...> Принять что-либо, согласиться с чем-либо» [Большой толковый словарь русского языка. Под ред. С. А. Кузнецова. СПб., 2000]. Однако речевую функцию этого глагола реализуют наречие с общеоценочным значением *хорошо* и глагол *уметь* в форме первого лица настоящего времени изъявительного наклонения. Конструкция *хорошо + уметь* является распространенной для такого рода высказываний, предусматривающих функцию одобрения.

Кроме того, говорящий в имплицитной выражает

положительную оценку своих квалификации и профессиональных навыков, используя глагольное сочетание *позволяют справляться с....* Такая конструкция также способствует выражению самоодобрения.

Одобрение как речевое действие лежит в основе таких жанров в деловой коммуникации, как благодарственное письмо и поздравление. Приведем пример благодарственного письма, в котором одобрение выражено лексикой с положительнооценочным значением.

***Пример 3.***

*Санкт–Петербург*

*Генеральному директору*

*ООО «ФУТУРАМА»*

*C. O. Могилевскому*

*Уважаемый Сергей Олегович!*

*ООО «ХРИЗОЛИТ» выражает **благодарность** коллективу компании «ФУТУРАМА» и Вам за **плодотворное** сотрудничество по **успешной** реализации строительства депо на Северо-Кавказской железной дороге ОАО «РЖД» для технического обслуживания электропоездов «Дезиро» г. Адлер.*

*Благодаря четкому, грамотному руководству, а также компетентности и профессионализму специалистов возглавляемой Вами компании работы выполнены на высоком техническом и организационном уровне.*

*Мы **высоко ценим** сложившиеся между нашими организациями*

*крепкие партнерские отношения и выражаем надежду на дальнейшее взаимовыгодное сотрудничество.*

*Генеральный директор*

*Д. Г. Бирюков*

(URL:<http://pro-document.ru/blagodarstvennoe-pismo-za-sotrudnichestvo/>)

В данном примере выделены слова со значением положительной оценки. Слово *благодарность* изначально в основе своего лексического значения предусматривает положительную оценку: «1. Чувство признательности за сделанное добро, оказанное внимание, услугу <...> 2. Официальная положительная оценка труда, деятельности кого-либо как форма поощрения» [Большой толковый словарь русского языка. Под ред. С. А. Кузнецова. СПб., 2000].

Слово *плодотворный* в данной речевой ситуации имеет значение «благоприятный, полезный для развития чего-либо, способствующий успешному развитию чего-либо» [Большой толковый словарь русского языка. Под ред. С. А. Кузнецова. СПб., 2000].

Слово *успешный* («заключающий в себе успех, сопровождающийся успехом» [Большой толковый словарь русского языка. Под ред. С. А. Кузнецова. СПб., 2000]) тоже способствует передаче положительной оценки и одобрению.

Производный предлог *благодаря* обычно используется при указании на положительный, желаемый результат чего-либо, в данном случае речь идет об одобрении руководства, которому приписываются такие характеристики, как *четкое, грамотное*, а также специалистов, обладающих *компетентностью и профессионализмом*.

Имя прилагательное *высокий* здесь употреблен в значении «очень хороший, отличный» [Большой толковый словарь русского языка. Под ред. С. А. Кузнецова. СПб., 2000]. Наречие *высоко* здесь образовано от данного прилагательного в том же значении. Сочетание *высоко + ценить* позволяет открыто выражать положительную оценку. В данном случае объектом оценки являются партнерские отношения, которые получают положительную характеристику *крепкие*. Открытая оценка позволяет адресанту эксплицитно выразить одобрение.

Слово *одобрять* в текстах деловой коммуникации, как видим, не используется. Функцию одобрения выполняет лексика с семантикой положительной оценки.

Глаголы, выражающие открытое одобрение, *хвалить, одобрять, славить, расхваливать, превозносить* в текстах делового общения, как показывает анализ, не используются. Вместо глагола речевого воздействия *хвалить* в деловой коммуникации, в случае благодарности принято употреблять синонимичную конструкцию: *спасибо + я/мы + получить + слово с положительной оценкой*. Одобрение как речевое действие лежит в основе таких жанров в деловой коммуникации, как благодарственное письмо и поздравление. В благодарственных письмах одобрение выражено лексикой с положительнооценочным значением. Открытая оценка позволяет адресанту эксплицитно выразить одобрение.

#### **2.2.4. Семантика неодобрения, недовольства в текстах деловой коммуникации**

Неодобрение, недовольство является также неотъемлемой частью системы речевых действий в сфере делового общения. Это

речевое действие характеризуется глаголами синонимического ряда *упрекать, критиковать, корить, бранить, обвинять, осуждать, ругать*. Между тем почти ни один из этих глаголов практически не используется ни в письменной, ни в устной форме делового общения. Их употребление возможно за рамками официальной обстановки.

Неодобрение, недовольство как речевое действие лежит в основе таких жанров деловой коммуникации, как претензия и жалоба. Рассмотрим пример претензии.

**Пример 1.**

*Генеральному директору ОП «МАРС»*

*Иванову В.В.*

*Уважаемый Виталий Владимирович!*

*ООО «МОНОЛИТ» является клиентом ОП «МАРС» (№ объекта 4672).*

*Обслуживание нашей компании происходит со **сбоями**. В частности уже более трех недель **остается нерешенной** следующая **проблема**: каждое утро при снятии офиса с сигнализации срабатывает тревожная кнопка. ООО «МОНОЛИТ» еженедельно напоминает техническому отделу ОП «МАРС» о сложившейся обстановке, но ни к какому результату это не приводит.*

*Требую сегодня же дать письменный ответ о выбранном Вами способе решения вопроса, а в трехдневный срок окончательно наладить работу сигнализации.*

*Генеральный директор                   Д. Г. Хорошев*

В данном примере, как и во многих других текстах деловой

коммуникации, не употребляется лексика, содержащая в своей семантике эмоциональный компонент. Для выражения неодобрения авторы письма оперируют фактами. Здесь даны фактические сведения, доказывающие обоснованность претензии. При этом, как правило, в данном жанре не удается избежать использования лексики, в значении которой не было бы оценочного компонента. В вышеприведенном примере выделены слова с семантикой отрицательной оценки.

Слово *сбои* в данном случае имеет значение с разговорным оттенком: «перебой в движении, работе, действии». Его использование позволяет выразить неодобрение, поскольку оно изначально характеризует прекращение процесса, который должен был привести к определенному ожидаемому результату.

Слово *проблема* употреблено в значении «сложный вопрос, задача, требующие решения, исследования». В деловой коммуникации оно является частотным, что объясняется спецификой данной сферы.

Исходя из контекста проблема *остается нерешенной*, что также свидетельствует об отрицательных результатах работы компании «МАРС». Выражение *проблема остается нерешенной* часто употребляется в претензии. Оно способствует обоснованию неодобрения как речевого действия.

Как правило, претензия завершается просьбой, чаще требованием решить проблему, компенсировать затраты, принести извинения и т.д. в зависимости от контекста. Глагол *требовать* в таких случаях открыто передает эту семантику.

Приведем еще один пример из деловой переписки с выражением неодобрения.

*Генеральному директору*

*ООО «TTT»*

*Иванову А.А.*

*г. Санкт-Петербург*

*10 декабря 2013 г.*

*По итогам проведенной Комиссии от 01.12.2016 г. проверки готовности объекта к сдаче в эксплуатацию выявлен факт **неполного выполнения строительно-монтажных работ.***

*В соответствии с п. 4.3 Договора №1 от 01.01.2016, срок выполнения работ установлен до 01.11.2016 г.*

*Требуем предоставить письменное объяснение причин затягивания сроков по выполнению работ.*

*Кроме того, информируем Вас, что неисполнение обязательств по Договору, в том числе нарушение сроков строительства, влечет за собой расторжение вышеуказанного Договора с применением штрафных санкций.*

*Генеральный*

*директор*

*A. И. Нехлюдов*

Выше приведен пример претензии, основой которой является неодобрение как главное речевое действие. В нем также передана фактическая информация, позволяющая выразить недовольство по поводу выполнения работ. В частности, речь идет о незавершенном процессе и выходе за временные рамки подрядной организации. Слово *неполный* использовано в значении «незавершенный, незаконченный», что в контексте, предусматривающем срыв срока, установленного для выполнения работ, способствует выражению неодобрения, недовольства и передаче отрицательной оценки.

Такую же роль играет отлагательное существительное *затягивание*, которое носит разговорный характер и означает здесь продление временных границ, установленных для выполнения работ, без согласования с заказчиком. Сочетание *затягивание сроков* имеет семантику отрицательной оценки.

Претензия тоже завершается требованием, что позволяет сделать выводы о тенденции требования как следствия неодобрения.

Итак, глаголы *упрекать, критиковать, корить, бранить, обвинять, осуждать, ругать* крайне редко используются как в письменной, так и в устной форме текстов делового общения. Исследование практического материала приводит к выводу, что употребление данных глаголов возможно за рамками официальной обстановки.

Неодобрение, недовольство как речевое действие лежит в основе такого жанра деловой коммуникации, как претензия. Для выражения неодобрения в данном жанре приводятся факты, доказывающие обоснованность претензии. При этом, как правило, употребляется лексика с семантикой отрицательной оценки.

В деловой коммуникации наблюдается тенденция выражения требования как следствия неодобрения. Анализ текстов демонстрирует, что претензия часто завершается требованием решить проблему. Глагол *требовать* в таких случаях открыто передает эту семантику.

## **2.2.5. Семантика приказа в текстах деловой коммуникации**

Приказ – действие, используемое в речи вышестоящих лиц, руководства. Оно характерно для текстов в письменной форме. В частности, на этом речевом действии основывается жанр приказа.

Синонимический ряд слов, имеющих в лексическом значении семантику приказа, состоит из разнокоренных глаголов: *приказывать, командовать, наставлять, обязывать*, которые объединены интегральной семой *давать приказ*. В жанре приказа главным словом является глагол *приказывать*. Он используется в форме первого лица единственного числа настоящего времени изъявительного наклонения. Рассмотрим пример приказа.

### ***Пример 1.***

***ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ  
«ПРО-ДОКУМЕНТ»  
(ООО «Про-Документ»)***

### ***ПРИКАЗ***

***09.02.2015 № 34***

***Санкт-Петербург***

***О создании рабочей группы***

***С целью обеспечения исполнения обязательств по государственному контракту № 254 от 26.01.2015,***

### ***ПРИКАЗЫВАЮ:***

- 1. Создать рабочую группу в составе согласно приложению № 1.***

2. Рабочей группе обеспечить выполнение работ по государственному контракту № 254 от 26.01.2015.

3. Контроль за исполнением приказа возложить на первого заместителя генерального директора И. О. Иванова.

Генеральный директор

М. П.

Аргунов

(URL [http://www.bizneshaus.ru/delo\\_prikaz\\_raznoe.html](http://www.bizneshaus.ru/delo_prikaz_raznoe.html))

В этом примере используется глагол речевого воздействия *приказывать* в форме первого лица единственного числа и указывает на коммерческую коммуникацию. Глагол *приказывать* в данном случае употребляется с целью воздействия на адресата: отдать приказ, приказать, распорядиться, велеть. Глагол *приказывать* часто употребляется в письменной форме приказа, что обусловлено шаблонным характером данного жанра. Употребление этого глагола связано с тем, чтобы доказать точность требования, обязательность и необходимость выполнить задачу.

Глагол *приказывать* напрямую воздействует на адресата благодаря эксплицитному выражению цели высказывания – непосредственно приказа. Между тем существуют и иные речевые приемы выражения приказа в деловой коммуникации. Один из них используется в нижеследующем примере.

### **Пример 2.**

*Дмитрий: Хорошо. Итак, как вы знаете, в последнее время у нас очень много расходов, и у меня на данный момент есть прямое указание нашего директората рассмотреть вопрос о максимальном сокращении расходов. И я бы хотел, чтобы каждый из вас, как руководитель департамента, подготовил бы мне отчет о*

*возможных вариантах уменьшения расходов в разрезе ваших отделов. Прошу это сделать к моему возвращению из поездки. Я знаю, что экономить в принципе-то не на чем, но приказ есть приказ.*

*Семёнов: Что касается другого нашего вопроса, Дмитрий ...*

В данном примере представлен диалог во время рабочего совещания между начальником отдела и его подчиненными. Адресант – начальник. Адресат – сотрудник. Устная форма общения объясняет разговорный характер речи. Разговорность тексту придают инверсия в предложениях, выражения *в принципе-то; приказ есть приказ; что касается...*

Включение элементов разговорного стиля, как правило, способствует смягчению характера определенных речевых действий. В частности, здесь благодаря разговорным формам, а также форме сослагательного наклонения имплицитно выражен приказ руководства подготовить отчет: *я бы хотел, чтобы каждый из вас <...> подготовил бы мне отчет*. Воздействие на адресата усиливается с помощью глагола, выражающего просьбу: *прошу*. Такое обращение к подчиненным позволяет установить доверительные отношения, сохраняя при этом дистанцию «руководитель – подчиненный». Авторитет начальника подчеркивается в выражении *приказ есть приказ*.

Таким образом, мы можем прийти к выводу, что конструкция *я бы хотел, чтобы вы/ каждый из вас + глагол* применима также и для выражения приказа в имплицитной форме.

Синонимический ряд слов, имеющих в лексическом значении семантику приказа, состоит из разнокоренных глаголов: *приказывать, командовать, наставлять, обязывать*, которые объединены интегральной семой *давать приказ*. Однако анализ текстов показал, что из перечисленных глаголов в деловой речи наиболее частотен лишь глагол *приказывать*.

Глагол речевого воздействия *приказываю* лежит в основе письменного жанра деловой коммуникации – приказа.

В устной форме делового общения наблюдается больший выбор речевых приемов для выражения приказа. Как правило, это приемы речевого воздействия смягчающего характера.

## Выводы

Итак, анализ текстов устной и письменной речи позволил нам сделать определенные выводы. В большинстве случаев глаголы, открыто выражающие ту или иную цель высказывания (просьба, предложение, одобрение, неодобрение, приказ), не используются. Исключение составляют глаголы *просить, предлагать, советовать, приказывать* в форме первого лица изъявительного наклонения.

Зачастую перечисленные глаголы заменяются синонимичными конструкциями, которые привносят дополнительные оттенки значений. Так, просьбу в более смягченной форме выражает императив *я/мы хотел(и) бы*. Просьбу в устной форме деловой коммуникации позволяют выразить императив *давайте* и вопросительная форма *а можем (ли) мы...?*, которые придают речи разговорный характер. Наиболее распространенная в разговорной речи форма просьбы со словом *пожалуйста* используется в сочетании с глаголами в повелительном наклонении во

множественном числе, что подчеркивает уважительное отношение к клиенту, к которому обращаются на *вы*.

При выражении предложения в деловой речи помимо эксплицитной формы *предлагаю / предлагаем*, чаще используемой в неофициальных текстах или в устной речи, распространена условная форма *мы хотели бы предложить*, которая позволяет избежать эффекта навязывания услуги или товара. Семантику предложения в устной форме делового общения повторяет перформативный глагол *советовать*. В деловых диалогах для внесения предложения также часто употребляется конструкция *вам лучше (всего) + инфинитив*. Она позволяет в имплицитной форме выразить предложение говорящего, выполняет функции глагола *советовать*, смягчает воздействие на адресата. Семантика предложения в деловой коммуникации граничит с семантикой *долженствования*. Предложение и *долженствование* иногда в деловой коммуникации могут быть взаимозаменяемыми. Выражается это в конструкциях *вам нужно + инфинитив* и *вы должны + инфинитив*.

Семантика одобрения в деловой коммуникации представлена словами со значением положительной оценки. Так, вместо глагола речевого воздействия *хвалить* в деловой коммуникации в случае благодарности принято употреблять синонимичную конструкцию: *спасибо + я/мы + получить + слово с положительной оценкой*. Одобрение как речевое действие лежит в основе таких жанров в деловой коммуникации, как благодарственное письмо и поздравление.

При выражении неодобрения ни один из глаголов синонимического ряда *упрекать, критиковать, корить, бранить, обвинять, осуждать, ругать* практически не используется ни в письменной, ни в устной форме текстов делового общения.

Неодобрение, недовольство как речевое действие лежит в основе такого жанра деловой коммуникации, как претензия. Для выражения неодобрения в данном жанре приводятся факты, доказывающие обоснованность претензии. При этом, как правило, употребляется лексика с семантикой отрицательной оценки. Кроме того, в деловой коммуникации наблюдается тенденция выражения требования как следствия неодобрения.

Приказ в деловом общении, как демонстрируют примеры, открыто выражается с помощью лишь одного глагола – *приказывать*. Этот глагол лежит в основе письменного жанра деловой коммуникации – приказа. В устной форме делового общения наблюдается больший выбор речевых приемов для выражения приказа. Как правило, это приемы речевого воздействия смягчающего характера. Среди них употребление таких конструкций, как *я бы хотел, чтобы вы/ каждый из вас + глагол*. Подобные сочетания позволяют говорящему выразить приказ в имплицитной форме.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Объектом анализа в данной работе стали лексико-семантические группы глаголов речевого воздействия в ситуациях делового общения, так как ЛСГ является общепризнанной единицей при исследовании лексики.

В первой главе рассмотрены теоретические основы, проанализированы подходы исследователей к изучению системных отношений в лексике русского языка, особенности изучения глагольных лексико-семантических групп, глаголов речевого воздействия и синонимы, а также изучены понятия ситуации и делового общения.

Вслед за многими учеными, мы придерживаемся положения о структурности лексико-семантической группы, которая проявляется в выделении ядра и периферии. В ядре лексико-семантической группы можно выделить базовое слово или базовый синонимический ряд. Базовое слово характеризуется стилистической нейтральностью и наименьшим количеством дифференциальных сем, что определяет его наиболее широкое значение.

В целях описания русского языка как иностранного ЛСГ считается самым эффективным способом систематизации лексики, поскольку она имеет большую, по сравнению с остальными лексическими объединениями, структурированность.

Из многочисленных дефиниций в нашем исследовании мы принимаем определение И. П. Слесаревой (Слесарева, 1990: 174): лексико-семантическая группа понимается как языковая и психологическая реальность, принципиально вычленяемое объединение слов, члены которого имеют одинаковый грамматический статус и характеризуются однородностью смысловой близости по синонимическому типу.

Во второй главе нашей работы мы определили объём глаголов, входящих в ЛСГ глаголов речевого воздействия. Согласно словарю русских глаголов, в данную ЛСГ входят 54 глагола. На основе собранных материалов, характеризующих деловое общение, в состав ЛСГ глаголов речевого воздействия включены 24 глагола. В зависимости от цели делового общения мы объединили их в группы – синонимические ряды со значениями просьбы, предложения, одобрения, недовольства, приказа.

В этой части работы мы провели функционально-семантический анализ глаголов речевого воздействия, используемых в различных текстах деловой коммуникации. Анализ позволил определить частотность и цель употребления глаголов со значением просьбы, предложения, одобрения, недовольства, приказа; выявить возможную трансформацию их лексического значения, появление дополнительных семантических оттенков, а также определить стилистические особенности глаголов данной ЛСГ.

В результате анализа текстов устной и письменной речи были получены следующие выводы.

В большинстве случаев глаголы, открыто выражающие ту или иную цель высказывания (просьба, предложение, одобрение, неодобрение, приказ), в деловой речи не используются. Исключение составляют глаголы *просить, предлагать, советовать, приказывать* в форме первого лица изъявительного наклонения.

В деловой коммуникации глаголы речевого воздействия заменяются синонимичными конструкциями, которые привносят дополнительные оттенки значений. Так, просьбу в более смягченной форме выражает императив *я/мы хотел(и) бы*. Просьбу в устной форме деловой коммуникации позволяют выразить императив *давайте* и вопросительная форма *а можем (ли) мы...?*, которые

придают речи разговорный характер. Наиболее распространенная в разговорной речи форма просьбы со словом *пожалуйста* используется в сочетании с глаголами в повелительном наклонении во множественном числе, что подчеркивает уважительное отношение к клиенту, к которому обращаются на *вы*.

При выражении предложения употребляются глаголы *предлагать*, *советовать*, *рекомендовать*, также используются в качестве их синонимов применимы языковые конструкции. В неофициальных текстах или в устной речи распространена условная форма *мы хотели бы + предложить*, которая позволяет избежать эффекта навязывания услуги или товара. В деловых диалогах для внесения предложения также часто употребляется конструкция *вам лучше (всего) + инфинитив*. Она позволяет в имплицитной форме выразить предложение говорящего, выполняет функции глагола *советовать*, смягчает воздействие на адресата. Семантика предложения в деловой коммуникации граничит с семантикой долженствования. Предложение и долженствование иногда в деловой коммуникации могут быть взаимозаменяемыми. Выражается это в конструкциях *вам нужно + инфинитив* и *вы должны + инфинитив*.

Глаголы речевого воздействия, которые означают одобрение или недовольство, крайне редко используются как в письменной, так и в устной форме текстов делового общения. В деловой коммуникации отсутствуют стандартные формы выражения одобрения и недовольства.

Семантика одобрения в деловой коммуникации представлена словами со значением положительной оценки. Так, вместо глагола речевого воздействия *хвалить* в деловой коммуникации в случае благодарности принято употреблять синонимичную конструкцию:

*спасибо + я/мы + получить + слово с положительной оценкой.*

Одобрение как речевое действие лежит в основе таких жанров в деловой коммуникации, как благодарственное письмо и поздравление.

Неодобрение, недовольство как речевое действие лежит в основе такого жанра деловой коммуникации, как претензия. Для выражения неодобрения в данном жанре приводятся факты, доказывающие обоснованность претензии. При этом, как правило, употребляется лексика с семантикой отрицательной оценки. Кроме того, в деловой коммуникации наблюдается тенденция выражения требования как следствия неодобрения.

Приказ в деловом общении чаще открыто выражается с помощью лишь одного глагола – *приказывать*. Этот глагол лежит в основе письменного жанра деловой коммуникации – приказа. В устной форме делового общения наблюдается больший выбор речевых приемов для выражения приказа. Как правило, это приемы речевого воздействия смягчающего характера. Среди них употребление таких конструкций, как *я бы хотел, чтобы вы/каждый из вас + глагол*. Подобные сочетания позволяют говорящему выразить приказ в имплицитной форме.

Результаты нашего исследования могут стать основой для дальнейшего изучения данных глаголов в ситуациях делового общения и их лексикографического описания в учебных целях.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Акишина Т. Е. Деловые контакты: бизнес-курс по русскому языку / Т. Е. Акишина, Т. П. Скорикова. – М.: Русский язык. Курсы, 2013. – 376 с.
2. Апресян Ю. Д. Перформативы в грамматике и словаре. – М.: Изв. АН СССР, 1986. – 208-223с.
3. Апресян Ю. Д. Избранные труды, в 2-х томах. Лексическая семантика: синонимические средства языка. Т. I. – М., 1995.
4. Базванова Т. Н. Бизнес-корреспонденция: Пособие по обучению деловому письму для изучающих русских язык как иностранный / Т. Н. Базванова, Т. К. Орлова. – 3-е изд., испр. – М.: Русский язык. Курсы, 2014. – 152 с.
5. Барлас Л. Г., Инфантова Г. Г., Сейфуллин М. Г., Сенина Н. А. Русский язык. Введение в науку о языке. – М., 2003. – 254 с.
6. Булыгина Т. В., Шмелев А. Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). – М.: Языки русской культуры, 1997. – 576 с.
7. Богданов В. В. Речевое общение: Прагматические и семантические аспекты. Л.: ЛГУ, 1990. – с. 59-61.
8. Бойцов И. А., Бойцова А. Е., Вербицкая В. В., Нестерова Т. Е. Деловое встречи (учебные материалы по развитию умений аудирования, устной речи и письма). – СПб.: Филологический факультет СПБГУ, 2003. – 100 с.

9. Василик М. А. Основы теории коммуникации: рекомендовано Мин. образования / Под ред. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – 615 с.
10. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография: Избранные труды / В. В. Виноградов. – М.: Наука, 1977. – 312 с.
11. Винокур Т. Г. Синонимия // Русский язык: Энциклопедия. – М., 1997. С. 465.
12. Востоков, Александр Христофорович // Большая советская энциклопедия : [в 30 т.] / гл. ред. А. М. Прохоров. — 3-е изд. — М. : Советская энциклопедия, 1969-1978.
13. Денисов П. Н. Лексика русского языка и принципы её описания. — М.: Русский язык, 1980. — 253 с.
14. Зиновьева Е. И. Основные проблемы описания лексики в аспекте русского языка как иностранного. – СПб., 2005. – 87 с.
15. Иванов Л. Ю., Сковородников А. П., Ширяев Е. Н. и др. (редакторы). Культура русской речи. Энциклопедический словарь-справочник. – М.: Флинта: Наука, 2003. — 840 с.
16. Колтунова М. В. Язык и деловое общение: норма, риторика, этикет. – М., 2002.
17. Котане Л. В. Русский язык для делового общения. Учебное пособие: первый сертификационный уровень изучения делового русского языка как иностранного. – СПб.: Златоуст, 2014. – 172 с.
18. Кузнецова Э. В. Лексикология русского языка. Учеб. пособие. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Высшая школа, 1989. — 216 с.
19. Лебедев В. К., Петухова Е. Н. Деловая поездка в Россию. Учебное пособие по русскому языку для иностранных учащихся. – СПб.: Златоуст, 2001. – 120 с.

20. Леонтьев А. А. Язык, речь, речевая деятельность. — М.: Просвещение, 1969; переизд. — 2007.
21. Ломоносов М. В. Материалы к Российской грамматике // М. В. Ломоносов. Полное собрание сочинений Том седьмой. Труды по филологии / Главный редактор академик С. И. Вавилов. — М., – Л.: Издательство Академии наук СССР, 1952. — С. 608.
22. Мигирин В. Н. Язык как система категорий отображения / В. Н. Мигирин. Кишинев: Штиинца, 1973. – 237 с.
23. Небольсина М. С. Русские глаголы речевого воздействия в аспекте полиситуативности. – СПб., 2001. – 112 с.
24. Остин Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17: Теория речевых актов. – М., 1986. – С. 22–130.
25. Падучева Е. В. Глаголы речевого действия как тематический класс // Русский язык сегодня. Вып. 2. Сб. статей. – М.: Азбуковник, 2003. – С. 201-215.
26. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: Учебное пособие. — СПб.: Знание, ИВЭСЭП, 2004. — 495 с.
27. Русская грамматика. Т. 1: Фонетика. Фонология. Ударение. Интонация. Словообразование. Морфология / Н. Ю. Шведова (гл. ред.). — М.: Наука, 1980.
28. Сергеева Т. Д. Вопросы семантической типологии глагольной лексики. – Барнаул, 1984.
29. Смолина О. А. Критерии дифференциации коммуникативного события и коммуникативной ситуации / Сборник научных трудов Ангарского государственного технического университета. – Ангарск: Ангарский государственный технический университет, 2005. – с. 106-110.

30. Слесарева И. П. Проблемы описания и преподавания русской лексики. – М.: Русский язык, 1990. – 174 с.
31. Соссюр Ф. де. Труды по языкоznанию / Пер. с франц. яз. под ред. А. А. Холодовича; Ред. М. А. Оборина. — М.: Прогресс, 1977. — 696 с.;
32. Соссюр Ф. де. Заметки по общей лингвистике. — М.: Прогресс, 1990; 2001.
33. Степанов Ю. С. Методы и принципы современной лингвистики. – М.: Наука, 1975. – 313 с.
34. Стернин И. А. Основы речевого воздействия. Учебное издание. – Воронеж: Истоки, 2012. – 178 с.
35. Сулейманова Р. Р. Социодинамика коммуникативных процессов в современном обществе: Дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 Уфа, 2005. – 130 с.
36. Труфанова И. В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика / И. В. Труфанова // Филологические науки. – 2001. – № 3. – С. 56 – 65.
37. Фомина М. И. Современный русский язык. Лексикология. 4-е изд., испр. – М.: 2001. – 415 с. С. 137.
38. Формановская Н. И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. – М.: Ин-т русского языка им. А.С. Пушкина, 1998. – 239 с.
39. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. – М.: Издательство «ИКАР», 2007. – 480 с.
40. Черняк В. Д. Синонимия в русском языке: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. Д. Черняк. — М.: Издательский центр «Академия», 2010. — 128 с.

41. Шмелев Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики. М.: Наука, 1973.
42. Шмелев Д. Н. Современный русский язык. Лексика. М.: Просвещение, 1977.

### **Список словарей**

1. Большая российская энциклопедия. – М.: Большая Российская энциклопедия. 1991.
2. Большой толковый словарь русского языка. Под ред. С. А. Кузнецова. СПб., 2000.
3. Большой толковый словарь русских глаголов: Идеографическое описание. Синонимы. Антонимы. Английские эквиваленты / под ред. проф. Л. Г. Бабенко. – М., 2008.
4. Большой энциклопедический словарь. – М., 1991-92.
5. Лингвистический энциклопедический словарь (ЛЭС) / Под ред. В. Н. Ярцевой. – М. : Сов. энциклопедия. 1990. – 683 с.
6. Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. Второе издание, исправленное и дополненное / Под общим руководством акад. Ю. Д. Апресян. – М.; Вена: Языки славянской культуры: Венский славистический альманах, 2004.
7. Педагогическое речеведение. Словарь-справочник. — Изд. П 24 2-е, испр. и доп. /Под ред. Т. А. Ладыженской и А. К. Михальской; сост. А. А. Князьков. — М.: Флинта, Наука, 1998. — 312 с.
8. Русский язык. Энциклопедия. – М., 1979.

9. Словарь русского языка: в 4 т. / под ред. А.П. Евгеньевой. – М., 1999.
10. Толковый словарь русского языка. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. – М., 2010.
11. Халтагарова О. Д. Краткий психологический словарь: Учебное пособие. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2006.
12. Эффективное речевое общение (базовые компетенции). Словарь-справочник.— Изд. 2-е, /Под ред. А.П. Сквородникова; От. Ред. С. А. Петрович. — Красноярск: Сибирский федеральный университет (Красноярск), 2014. — 852 с.
13. Языкоzнание. Большой энциклопедический словарь (БЭС). – М., 2000.

### **Источники**

1. Pro-Документ-Письмо-запрос.  
URL: <http://pro-document.ru/obrazets-dokumenta-pismo-zapros/>
2. Pro-Документ-Благодарственное письмо.  
URL: <http://pro-document.ru/blagodarstvennoe-pismo-za-sotrudnichestvo/>
3. Письмо-приказ.  
URL: <http://www.bizneshaus.ru/index.html>
4. 百度文库URL:<https://wenku.baidu.com/view/95d908a5f0e7cd185253660.html>

## **ПРИЛОЖЕНИЕ**

### ***Пример 1.***

*Образец. Письмо-запрос коммерческого предложения.*

*Уважаемый Петр Иванович!*

*Прошу направить в наш адрес коммерческое предложение на поставку холодильного оборудования с указанием сроков поставки и условий оплаты.*

*Заместитель коммерческого директора*

*И .*

*И.Степнов*

*(URL: <http://pro-document.ru/obrazets-dokumenta-pismo-zapros/>)*

### ***Пример 2.***

*Генеральному директору*

*ООО «Мечта» Иванову И. И.*

*от Счастливой А. А.*

*Заявление*

*Прошу предоставить мне очередной оплачиваемый отпуск с*

*15.07.2016 по 22.07.2016.*

*10.06.2016*

*Подпись*

*(Базванова , 2014:  
23)*

***Пример 3.***

*Генеральному директору ООО «ХРИЗОЛИТ»*

*Бутакову Д. Г.*

*от генерального директора ООО «ЭМРП»*

*Домогаева А. Ю.*

*Уважаемый Дмитрий Георгиевич!*

*В соответствии с договором № 27/03 от 27 марта 2016 г. по дооснащению депо Санкт-Петербург-Московское системой антиобледенительной обработки электропоездов «Сапсан» ООО "ЭМРП" в декабре 2016 года выполнило монтаж и запуск в эксплуатацию установки «Нордик» в максимально сжатые сроки, несмотря на позднюю доставку оборудования и технической документации, а также на срочность запуска установки в работу. В соответствии со сводным сметным расчетом, приложенным к договору, стоимость работ по пуско-наладке установки «Нордик» составляет 3 000 000 руб. (без НДС).*

*Но в связи с выявленными уже после поставки оборудования изменениями технических условий и в целях наиболее полного решения вопросов, связанных с конструкторскими недочетами, некоторые работы не были учтены в изначальном сметном расчете.*

*Просим принять во внимание данные обстоятельства и согласовать дополнительное соглашение к вышеуказанному договору в части добавления недостающих работ на неучтеннюю сумму (Приложение №1 к настоящему письму).*

*Генеральный директор*

*Домогаев А. Ю.*

*(URL: <http://pro-document.ru/obrazets-dokumenta-pismo-zapros/>)*

***Пример 4.***

*Пол Моррисон*

*SaltisCor Ltd*

*966 South Mississippi River Boulevard,*

*Сент-Пол, Миннесота,*

*Соединенные Штаты*

*(651) 356-XXXX*

*Г-н Моррисон,*

*Меня зовут Игорь Петров, я – управляющий директор Ltd. The company «Center», Moscow. Общий друг и коллега, Стив Бэрч предложил мне связаться с Вами по поводу Вашего будущего посещения Москвы.*

*Я хотел бы договориться о встрече с Вами и обсудить возможности нашего сотрудничества.*

*Пожалуйста, свяжитесь со мной по телефону или по электронной почте.*

*С уважением,*

*Игорь Петров  
ООО Компания «Центр»  
56, улица Пушкина, Москва, Россия  
Телефон: +7 912 XXXXXX  
[IPcentr@google.com](mailto:IPcentr@google.com)*

***Пример 5.***

*Господин Белов представителя компании. Он встречает клиентов Дюруа и Таджима в аэропорту. Это первая встреча.*

*Белов: Меня зовут Антон Белов. Я – менеджер фирмы «Русский мех». Очень рад видеть вас в Петербурге.*

*Дюруа: Элен Дюруа. Рада познакомится с вами. А где же мой японский коллега господин Таджима?*

*Белов: Его самолет немного опаздывает. Давайте его подождем.*

*Дюруа: Да, да, конечно... А, вот, кажется, и Ичиро! Совсем не изменился. И, кажется, он один. Какой сюрприз!*

*(Бойцов, Бойцова, Вербицкая , Нестерова , 2003: 19 )*

***Пример 6.***

*Таджима: Думаю, что для начала мы купим по пятьдесят шуб из соболя и норки, семьдесят шуб из песца, и сто шапок из соболя. Норки и песца. На какие оптовые скидки мы можем рассчитывать при закупке такой партии?*

*Симонов: Обычно скидка при такой партии товара составляет около 10 процентов от розничной цены.*

*Таджима: Извините, а можем мы рассчитывать на специальные скидки?*

*(Бойцов, Бойцова, Вербицкая , Нестерова , 2003: 39 )*

### **Пример 7.**

*Господин Белов в гостинице у администратора уточнил информацию.*

*Белов: Добрый день! Я заказал два одноместных номера на имена госпожи Дюруа и господина Таджисма.*

*Администратор: Здравствуйте! Одну минуту... Да, для вас уже подготовлены два номера на втором и четвертом этажах. В каждом номере – ванная комната, радио, спутниковое телевидение, телефон. Мини-бар, фен. Пожалуйста, заполните бланки регистрации.*

(Бойцов, Бойцова , Вербицкая, Нестерова , 2003: 22 )

### **Пример 8.**

*Смирнов: Доброе утро, господин Таджисма! Надеюсь, я не заставил вас долго ждать?*

*Таджисма: нет-нет, вы, как всегда, вовремя.*

*Смирнов: господа, давайте пройдём в конференц-зал. Пожалуйста, займите ваши места.*

*Юрист: Прошу стороны ещё раз ознакомиться с оригиналом и заверенным переводом контракта. Есть ли у кого-нибудь .*

### **Пример 9.**

*Ирина Удальцова- секретарь ВО «Внештехника», занимается вопросом обучения персонала. По просьбе директора ВО она звонит в компанию «Бизнес Класс», чтобы договориться о проведении бизнес-тренинга для сотрудников.*

- Компания «Бизнес Класс». Добрый день!
- Здравствуйте! С вами говорит Ирина Удальцова, Секретарь ВО «Внештехника». Я хотела бы поговорить с вашим менеджером по работе с персоналом.
- С Ильиным Дмитрием Владимировичем?
- Да-да, с ним.

### **Пример 10.**

*Nordic GSE AB благодарна за выбор нашей системы предотвращения обледенения Nordic Anti-Icing в рамках реализуемого Вашей компанией проекта «Реконструкция депо «Металлострой» Октябрьской ж.д. в г. Санкт-Петербурге». В связи с чем мы хотели бы также предложить Вам свои услуги в качестве исполнителя работ по монтажу данного оборудования с целью гарантированной качественной работы нашего оборудования на протяжении всего срока эксплуатации.*

- Стоимость Nordic Anti-Icing без учета налога (НДС 18%) составляет \*\*\*\*\* рублей. В указанную сумму входит стоимость доставки оборудования на территорию объекта.
- Стоимость производства монтажных работ составляет \*\*\*\*\* рублей без учета налога (НДС 18%).
- Стоимость антиобледенительной жидкости «Kilfrost» составляет – \* \*\*\*\*\* рублей без учета налога (НДС 18%).

*Надеемся на долгосрочное сотрудничество.*

### **Пример 11.**

*Светлана, итак!*

1. Эрмитаж. **Предлагаю** выкупить для группы билеты (без очереди). Внутри гид приобретет аудиогиды для туристов (\*\* руб/чел + \*\*\* залог возвратный). Стоимость входного билета – \*\*\* руб/чел.

2. Екатерининский дворец. Проход по ваучеру (цена \*\*\*/чел, включая гида), во дворце к ваучеру дадут местного русскоговорящего гида под перевод. Это стоит \*\*\* руб. (оплачивается на месте). Но! Есть вероятность, что гида придется ждать некоторое время, так как загрузка очень большая.

*Поэтому я советую взять с собой аккредитованного в Царском селе гида с китайским языком – \*\*\* \$ + билеты, как я и говорила – \*\*\*/чел (включая Вашего гида).*

*С уважением, Кира Деменская*

*Отдел внутреннего туризма*

### ***Пример 12.***

*Таджима: мне больше нравится мех черного соболя. Этот мех традиционный и более ценный.*

*Белов: тогда думаю, нам есть, чем вас порадовать. **Мы сможем вам предложить** не только шубы и шапки из черного соболя, но и жилетки, шляпы, воротники... но лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать.*

(Бойцов, Бойцова, Вербицкая, Нестерова, 2003: 33 )

### ***Пример 13.***

*Таджима: Извините, а можем мы рассчитывать на специальные скидки?*

*Симонов: При закупке первой партии от пятидесяти штук каждого товара **мы можем** предоставить вам скидку в 15 процентов. При закупке ста штук и более скидка составит 17 процентов.*

*Таджима: Ну что же, это предложение для нас приемлемо.*

(Бойцов, Бойцова, Вербицкая, Нестерова, 2003: 47 )

### ***Пример 14.***

*В Сбербанке клиент обращается к банковскому служащему,*

*чтобы узнать, как открыть счет и как его использовать.(A – клиент, B – банковский служащий).*

*A: Здравствуйте. Я хочу открыть счет в вашем банке.*

*B: A какой вклад вы хотите делать?*

*A: A какой вклад вы мне советуете?*

*B: Посмотрите, пожалуйста, вот брошюра. Наш банк предлагает срочные вклады, если вы хотите накопить деньги или получать доходы, и универсальные вклады. Если вы хотите использовать деньги каждый день для платежей, посылать и получать переводы, я советую вам сделать универсальный вклад.*  
( Акишина ,2013: 110)

### ***Пример 15.***

*Разговор о размещении рекламы в Экспоцентре.*

*Фирма «Дизайн» в числе других фирм решила разместить свою рекламу в интерьерах Экспоцентра. Феликс Уайт звонит в дирекцию Экспоцентра.*

*- Какой вид рекламы вы будете заказывать: витрины, слайды, афиши, рекламные объявления или стенды?*

*- Вы знаете, этот вопрос я хотел бы обсудить с вашим сотрудником.*

*- Тогда, господин Уайт, вам лучше всего приехать к нам в Экспоцентр и обсудить все интересующие вас вопросы на месте.*

( Акишина ,2013: 324)

### ***Пример16.***

*Дирекция международной выставки «Новые информационные технологии» решила провести симпозиум для участников выставки и для всех заинтересованных лиц. Секретарь директора выставки*

позвонила в компанию «Интеркоммерс». Трубку сняла референт фирмы.

- *Какие услуги оказывает ваша фирма?*
- *Мы можем предоставить вам весь комплекс услуг: помещение, аренду мебели, персонал, техническое обеспечение.*
- *А как, скажите, оформить аренду мебели.*
- *Для этого вам нужно отправить нам заявку, в которой будет указано название всех предметов и их стоимость. Вы должны отправить на наш адрес гарантийное письмо. В нем вам нужно указать все виды услуг и их стоимость. ( Акишина ,2013: 320)*

### **Пример 17.**

*Симонов: Итак, как вам понравился показ моделей?*

*Таджима: Спасибо, я получил большое удовольствие. Кроме этого, я познакомился с каталогами и прейскурантами и готов обсудить условия контракта.*

(Бойцов, Бойцова, Вербицкая , Нестерова , 2003: 33 )

### **Пример 18.**

*Работодатель: Мы назначили эту встречу, чтобы поговорить о Ваших личностных качествах и о Вашей профессиональной квалификации. Пожалуйста, расскажите нам о себе.*

*Работодатель: Вы можете нам объяснить, почему наша компания должна взять Вас на работу?*

*Кандидат: Я очень хорошо умею работать с другими людьми, поскольку я настоящий командный игрок (умею работать в коллективе). Моя квалификация и мои профессиональные навыки*

*позволяют мне справляться с любой работой.*

**Пример 19.**

*Санкт–Петербург*

*Генеральному директору*

*ООО «ФУТУРАМА»*

*C. O. Могилевскому*

*Уважаемый Сергей Олегович!*

*ООО «ХРИЗОЛИТ» выражает **благодарность** коллективу компании «ФУТУРАМА» и Вам за **плодотворное** сотрудничество по **успешной** реализации строительства депо на Северо-Кавказской железной дороге ОАО «РЖД» для технического обслуживания электропоездов «Дезиро» г. Адлер.*

*Благодаря четкому, грамотному руководству, а также компетентности и профессионализму специалистов возглавляемой Вами компании работы выполнены на высоком техническом и организационном уровне.*

*Мы высоко ценим сложившиеся между нашими организациями крепкие партнерские отношения и выражаем надежду на дальнейшее взаимовыгодное сотрудничество.*

*Генеральный директор*

*Д. Г. Бирюков*

*(URL:<http://pro-document.ru/blagodarstvennoe-pismo-za> )*

**Пример 20.**

*Генеральному директору ОП «МАРС»*

*Иванову В.В.*

*Уважаемый Виталий Владимирович!*

*ООО «МОНОЛИТ» является клиентом ОП «МАРС» (№ объекта 4672).*

*Обслуживание нашей компании происходит со сбоями. В частности уже более трех недель остается нерешенной следующая проблема: каждое утро при снятии офиса с сигнализации срабатывает тревожная кнопка. ООО «МОНОЛИТ» еженедельно напоминает техническому отделу ОП «МАРС» о сложившейся обстановке, но ни к какому результату это не приводит.*

*Требую сегодня же дать письменный ответ о выбранном Вами способе решения вопроса, а в трехдневный срок окончательно наладить работу сигнализации.*

*Генеральный директор                   Д. Г. Хорошев*

***Пример 21.***

*Генеральному директору  
ООО «TTT»  
Иванову А.А.*

*г. Санкт-Петербург*

*10 декабря 2013 г.*

*По итогам проведенной Комиссии от 01.12.2016 г. проверки готовности объекта к сдаче в эксплуатацию выявлен факт неполного выполнения строительно-монтажных работ.*

*В соответствии с п. 4.3 Договора №1 от 01.01.2016, срок*

*выполнения работ установлен до 01.11.2016 г.*

*Требуем предоставить письменное объяснение причин затягивания сроков по выполнению работ.*

*Кроме того, информируем Вас, что неисполнение обязательств по Договору, в том числе нарушение сроков строительства, влечет за собой расторжение вышеуказанного Договора с применением штрафных санкций.*

*Г е н е р а л ь н ы й*

*д и р е к т о р*

*A. И. Нехлюдов*

**Пример 22.**

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ**

**«ПРО-ДОКУМЕНТ»**

**(ООО «Про-Документ»)**

**ПРИКАЗ**

**09.02.2015                  № 34**

**Санкт-Петербург**

*О создании рабочей группы*

*С целью обеспечения исполнения обязательств по государственному контракту № 254 от 26.01.2015,*

**ПРИКАЗЫВАЮ:**

4. Создать рабочую группу в составе согласно приложению № 1.
5. Рабочей группе обеспечить выполнение работ по государственному контракту № 254 от 26.01.2015.
6. Контроль за исполнением приказа возложить на первого заместителя генерального директора И. О. Иванова.

*Генеральный директор*

*M .      П .*

*Аргунов*

(URL [http://www.bizneshaus.ru/delo\\_prikaz\\_raznoe.html](http://www.bizneshaus.ru/delo_prikaz_raznoe.html) )

**Пример 23.**

*Дмитрий: Хорошо. Итак, как вы знаете, в последнее время у нас очень много расходов, и у меня на данный момент есть прямое указание нашего директората рассмотреть вопрос о максимальном сокращении расходов. И я бы хотел, чтобы каждый из вас, как руководитель департамента, подготовил бы мне отчет о возможных вариантах уменьшения расходов в разрезе ваших отделов. Прошу это сделать к моему возвращению из поездки. Я знаю, что экономить в принципе-то не на чем, но приказ есть приказ.*

*Семёнов: Что касается другого нашего вопроса, Дмитрий ...*