

RU

Репрезентация межличностных отношений в английском деловом дискурсе

Худанян А. Н.

Аннотация. Цель исследования – выяснить, какие компоненты фрейма межличностных отношений активизируются в проекции к производственной сфере, на основе анализа и систематизации языковых средств репрезентации межличностных отношений в английском деловом дискурсе. В работе рассматривается фрейм межличностных отношений, а также выявляются те его характеристики, которые активизируются в контексте, ограниченном условиями производственной деятельности. В связи с этим автор проводит анализ работ, посвященных теме дискурса, приводит существующую типологию дискурса и описывает характеристики делового дискурса. Научная новизна работы состоит в систематизации лексических единиц с семантическим компонентом «межличностные отношения», употребляемых в контексте деловых отношений. В результате проведенного исследования установлено, что для репрезентации межличностных отношений используется широкий спектр языковых средств. Выявлено, что в большинстве случаев институциональный характер делового дискурса сохраняется, что демонстрируют рассмотренные примеры. Однако в некоторых случаях субъект речи намеренно допускает отклонение от свойств делового дискурса, при этом сохраняя профессиональный контекст. Это свидетельствует о том, что деловой дискурс имеет варианты жесткого и нежесткого регламента, что, в свою очередь, отсылает к необходимости совершенствования классификации дискурса.

EN

Representation of interpersonal relationships in English business discourse

A. N. Khudanyan

Abstract. The purpose of the study is to find out which components of the frame of interpersonal relations are activated in the projection to the industrial sphere, based on the analysis and systematization of linguistic means of representing interpersonal relations in English business discourse. The work examines the frame of interpersonal relations and identifies those of its characteristics that are activated in a context limited by the work conditions. In this regard, the author analyzes scientific works devoted to the topic of discourse, provides an existing typology of discourse and describes the characteristics of business discourse. The scientific novelty of the work lies in the systematization of lexical units with the semantic component “interpersonal relationships” used in the context of business relations. As a result of the conducted research, it was established that a wide range of linguistic means is used to represent interpersonal relations. It was revealed that in most cases the institutional nature of business discourse is preserved, which is demonstrated by the examples considered. However, in some cases the speaker intentionally allows deviation from the features of business discourse, while maintaining the professional context. This indicates that business discourse has variants of strict and non-strict regulations, which, in turn, refers to the need to work further on classification of discourse.

Введение

Межличностные отношения играют важную роль в формировании профессиональных связей и коммуникации. Анализ лексем, репрезентирующих персональные взаимодействия в английском деловом дискурсе, является способом раскрытия представлений об особенностях двустороннего поведения субъектов данного вида отношений в сознании у носителей языка.

В социологии межличностные отношения трактуются как (1) система установок, ориентаций и ожиданий членов группы относительно друг друга, определяющихся содержанием и организацией совместной

деятельности и ценностями; (2) отношения между членами группы, обусловленные их личностными качествами, а не формально предписанными ролями и функциями (Социологический энциклопедический словарь, 1998, с. 228). В лингвистической науке анализу языковых средств репрезентации интерперсонального взаимодействия посвящен ряд исследований с позиций различных подходов. Так, в рамках когнитивной лингвистики с учетом теории оценки проведено исследование категоризации межличностных отношений и описаны их метасхемы и регулирующая функция оценочных категорий межличностных отношений (Фурс, 2016; Фурс, Худанян, 2016; Худанян, 2016). Х. Д. Эдилханова (2020) в своем исследовании подчеркивает национально-культурные особенности межличностных отношений, анализируя пословицы и поговорки с лексемой «сосед» на материале чеченского, русского и английского языков. С. В. Мкртычян (2011) рассматривает прагматические аспекты межличностных отношений на основе концептов СВОЙ – ЧУЖОЙ в области производственных отношений, а именно в рамках моделирования управленческого стиля общения. С. Х. Липириди (2024) описывает структурно-семантические особенности неологизмов тематической группы «межличностные отношения». Метафорическая репрезентация знаний о межличностных отношениях представлена в исследовании А. С. Горкунова (2021).

Анализ указанных и многих других лингвистических исследований показал, что в научных кругах проявляется большой интерес к разным аспектам интерперсонального взаимодействия с точки зрения его языкового выражения. Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что проблема репрезентации межличностных отношений в английском деловом дискурсе требует глубокого изучения, потому что роль языка в формировании и поддержании отношений между участниками производственных отношений очень велика, особенно в условиях современной действительности, когда все чаще происходит установление международных деловых контактов, в которых коммуниканты общаются на английском языке как иностранном.

В соответствии с поставленной целью определяются следующие задачи исследования: 1) раскрыть содержание концепта межличностных отношений; 2) дать определение понятию дискурса, рассмотреть его разновидности; 3) выявить характеристики делового дискурса; 4) систематизировать английские лексические единицы, репрезентирующие концепт межличностных отношений в деловом дискурсе.

Объектом исследования являются языковые средства представления знаний о межличностных отношениях в английском деловом дискурсе.

Предметом исследования выступают концептуальные основы выделения категорий слов, репрезентирующих межличностные отношения в деловом дискурсе.

Материалом для исследования послужили примеры, полученные методом сплошной выборки из книг по менеджменту, а также языковых корпусов:

- BNC – British National Corpus. <http://www.natcorp.ox.ac.uk>.
- COCA – Corpus of Contemporary American English. <http://corpus.byu.edu/coca>.
- Ligeue. <http://www.ligeue.com/englishfrench/translation/reliable+relationship.html>.
- Millar A., Holloway J., Henderson P. *Becoming an Encouraging Supervisor // Private Practice*. 2014. Spring.
- Tracy V. *Management*. Washington: AMACOM, 2014.

В качестве справочного материала использовались следующие словари и справочники:

- Социологический энциклопедический словарь: на русском, английском, немецком, французском и чешском языках / общ. ред. Г. В. Осипова. М.: ИНФРА-М-НОРМА, 1998.
- Cambridge Dictionary Online. <http://www.dictionary.cambridge.org/>.
- Merriam-Webster Dictionary Online. <http://www.merriam-webster.com/dictionary>.
- Oxford Dictionary Online. <http://www.oxforddictionaries.com>.

Методологическую основу исследования составляют следующие методы: концептуально-дефиниционный анализ для выявления денотативного и коннотативного значений рассматриваемых лексических единиц; контекстуальный анализ, заключающийся в постижении скрытых коммуникативных намерений субъекта речи; дискурсивный анализ, направленный на обнаружение социального контекста, в котором происходит общение.

Теоретическую базу исследования составляют работы Н. Д. Арутюновой (1990), В. И. Карасика (2000; 2004; Карасик, Слышкин, 2021), А. А. Кибрика (2009), Т. А. Ширяевой (2006; 2014), посвященные теме дискурса, параметрам его классификации, а также тенденциям его современного развития. Кроме того, данное исследование опирается на труды Н. Н. Болдырева (2014), Р. Лэнккера (Langacker, 1991) и Л. Талми (Talmy, 2000), в которых отражаются вопросы теории концептуализации и категоризации.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования полученных результатов при разработке лекционных курсов по когнитивной лингвистике, межкультурной коммуникации, при составлении кодексов корпоративной этики, в курсах по теории дискурса, а также в рамках преподавания курсов делового английского и теории и практики эффективной деловой коммуникации.

Обсуждение и результаты

Концепт межличностных отношений в английском языке

Известно, что знания об окружающем мире аккумулируются в сознании людей в виде концептов. В. И. Карасик определяет концепты как «ментальные образования, которые представляют собой хранящиеся в памяти человека значимые осознаваемые типизируемые фрагменты опыта», «квант переживаемого знания» (2004, с. 59, 361). Существуют разные типы концептов. Для данного исследования важным является понятие фрейма как многокомпонентного концепта.

Согласно Н. Н. Болдыреву, «фрейм – это всегда структурированная единица знания, в которой выделяются определенные компоненты и отношения между ними; это когнитивная модель, передающая знания и мнения об определенной, часто повторяющейся ситуации» (2014, с. 108). Моделирование межличностных отношений в виде фрейма на основе концептуально-дефиниционного анализа лексических единиц английского языка, репрезентирующих взаимоотношения людей, представлено в виде «обязательных компонентов **Субъект 1 – предикат отношения – Субъект 2**» (Худанян, 2016, с. 44). По результатам проведенного исследования в качестве предиката приводятся следующие характеристики:

а) основа отношений: отношения на основе семейных связей (отношения на основе кровных уз; отношения на основе брака; отношения на основе усыновления/удочерения); отношения на основе партнерства; отношения на основе эмоциональных, романтических, сексуальных связей; отношения на основе взаимодействия различного рода;

б) способ поведения: зависимость (односторонняя и двусторонняя); влияние; понимание, сочувствие, поддержка; сотрудничество;

в) причины отношений: общие интересы и цели; установление контактов; оказание/получение поддержки; обмен информацией; общие чувства; совместное проживание, времяпрепровождение; разделение ответственности;

г) качественные характеристики: готовность к сотрудничеству; полезность, выгодность; надежность; эффективность; гармоничность; оказание поддержки; дружелюбие; близость;

д) количественные характеристики: продолжительность; интенсивность (Худанян, 2016, с. 45-46).

Представленный фрейм будет дальше использован для анализа примеров репрезентации межличностных отношений в деловом дискурсе.

Деловой дискурс

Проблемой дискурса интересовались многие ученые (Арутюнова, 1990; Карасик, 2000; Карасик, Слышкин, 2021; Кибрик, 2009; Ширяева, 2006; 2014). Так, согласно концепции Н. Д. Арутюновой (1990), дискурс представляет собой связный текст в совокупности с экстралингвистическими: прагматическими, социокультурными, психологическими – и другими факторами; это речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное явление, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания.

Существуют разные подходы к типологии дискурса. Например, А. А. Кибрик (2009, с. 11) в своих научных трудах разделяет дискурс на основе учета функциональных стилей на следующие типы: научный, официально-деловой, публицистический, разговорный, художественный, юридический, политический, коммерческий, криминальный, религиозный и др. В. И. Карасиком (2000, с. 5) предлагается выделить два основных типа дискурса: персональный и институциональный. Первый характеризуется допустимостью включения элементов личностно-эмоционального проявления, а второй – регулированием принятых в той или иной социальной группе норм, где субъекты отношений выступают в качестве носителей определенных статусов, предопределяющих их речевое поведение и характер взаимодействия. В своей дальнейшей классификации институционального дискурса ученый выделяет множество других подвидов: педагогический, политический, дипломатический, деловой, административный, юридический, военный, религиозный, рекламный, спортивный, массово-информационный и др. (Карасик, 2000, с. 10).

Как видно из приведенных выше способов классификации дискурса (при том, что существуют и другие), на сегодняшний день невозможно утверждать, что выработан однозначный, определенный и точный подход к данной проблеме, поскольку дискурс представляет собой сложное многоаспектное явление, однако представляется возможным сослаться на мнения ученых, результаты исследований которых нашли наибольший отклик в научной среде. Поэтому в данной работе за основу взята классификация В. И. Карасика.

Деловой дискурс обнаруживается в сфере производственных отношений. Очевидно, что ситуации делового взаимодействия также весьма разнообразны. Как отмечает Т. А. Ширяева, к ним относят «производство товаров, финансирование этого производства, предоставление денежных займов, торговлю, страхование, коммерцию, продажу продукции и различные услуги, такие как бухгалтерский учет, распределение и ремонт товаров, покупку, продажу товаров или услуг» (2006, с. 50). Обратимся к характеристикам делового дискурса, который определяется «моделями вербального взаимодействия, сложившимися в деловом сообществе, которые справедливо различаются в зависимости от области профессиональной коммуникации» (Сидоренко, 2020, с. 77). Одновременно данный тип дискурса «охватывает весь спектр профессиональных взаимоотношений как внутри организации, так и между организациями и отдельными индивидами» (Ширяева, 2014, с. 112). Ученые также отмечают, что деловому дискурсу свойственны строгая лаконичность, точность, конкретность, объективность, ограниченность образности и выразительности, что влияет на выбор соответствующих лингвистических средств в ситуации делового общения (Ширяева, 2014). Анализ вышеупомянутых работ позволяет составить список справедливо выделенных характеристик делового дискурса, который включает:

- 1) обнаружение в деловом сообществе;
- 2) варьирование в зависимости от профессиональной сферы;
- 3) охват взаимоотношений внутри одной организации и между организациями;
- 4) лаконичность, точность, конкретность;
- 5) объективность;
- 6) ограниченность образности и выразительности.

**Систематизация лексических единиц,
репрезентирующих межличностные отношения в деловом дискурсе**

В деловом дискурсе наблюдаются определенные особенности межличностных отношений. Приведенные ниже примеры демонстрируют, какие языковые средства используются и какие компоненты фрейма выдвигаются в позицию когнитивной доминанты в контексте деловых межличностных отношений. Под когнитивной доминантой, вслед за Л. А. Фурс, понимается намеренно акцентированный элемент денотативной ситуации в процессах конструирования смысла предложения. Подразумевается, что «интенции говорящего всегда соотносятся с его коммуникативными целями» (2021, с. 163).

Рассмотрим ряд примеров, в которых известный бизнес-консультант, оказывающий свои услуги руководящим лицам успешных компаний, дает рекомендации о правильном выстраивании деловых межличностных отношений.

(1) *The strength of any organization is determined by the quality of its managers at all levels. They are the “officer corps” of the business army. What they do and how well they do it are the key determinants of corporate success* (Трасу, 2014, р. 4-5). / *Сила любой организации определяется качеством ее менеджеров на всех уровнях. Они являются офицерским составом бизнес-армии. Что они делают и насколько хорошо они это делают – это является ключевым показателем корпоративного успеха* (здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – А. Х.).

Концептуально-дефиниционный анализ слова “officer” (a person in the armed forces who has a position of authority; authority – the moral or legal right or ability to control (Cambridge Dictionary Online). / лицо в вооруженных силах, имеющее власть; власть – моральное или юридическое право или способность контролировать) указывает на то, что Субъектом 1 выступает руководитель организации, Субъектом 2 – подчиненный, а предикатом – характеристика «способ поведения» с субхарактеристикой «контроль». Однако, используя механизм когнитивной метафоры (руководители – офицерский состав, организация – бизнес-армия), говорящий пытается образно подчеркнуть обязательность и неукоснительность данного положения дел, чем позволяет себе выйти за рамки делового дискурса, что тем не менее кажется оправданным в данном случае.

(2) *The customer can be defined as “someone who depends on you, and someone you depend on for your success in your career”* (Трасу, 2014, р. 7-8). / *Клиент может определяться как «кто-то, кто зависит от тебя, и кто-то, от кого зависишь ты в достижении успеха в карьере».*

В данном примере субъектами отношений являются клиент и поставщик товаров/услуг, а предикатом выступает характеристика «способ поведения» с субхарактеристикой «зависимость», которая репрезентируется глаголом “depend”. Из контекста следует, что отношения между данными субъектами могут быть взаимозависимыми.

(3) *One of the best examples of the power of innovation is the ongoing smartphone battle between Apple and Samsung* (Трасу, 2014, р. 10). / *Одним из лучших примеров силы инноваций является продолжающаяся битва смартфонов между Apple и Samsung.*

В данном случае названиями компаний метонимически представлены сотрудники двух компаний, находящихся в состоянии конкуренции, которую автор выражает образно посредством метафоризации “smartphone battle”. Данный механизм представления знаний о межличностных отношениях автор использует намеренно, чтобы вывести в когнитивную доминанту предикат отношений «способ поведения (острое соперничество)», что свидетельствует о несоблюдении такой характеристики делового дискурса, как «ограниченность образности и выразительности».

(4) *The most successful companies use their resources efficiently and well. They achieve a higher level of output per unit of input than their competitors* (Трасу, 2014, р. 9). / *Наиболее успешные компании используют свои ресурсы эффективно и хорошо. Они достигают более высокого уровня производительности на единицу затрат, чем их конкуренты.*

Субъекты отношений (представители разных компаний) представлены метонимически лексемой “companies”, а предикатом является характеристика «способ поведения» с субхарактеристикой «соперничество». Форма отношений выражена существительным “competitors”.

(5) *Delegation is not abdication. Even though you have assigned a task to another person, you are still responsible for its successful completion* (Трасу, 2014, р. 16). / *Делегирование не есть отказ. Даже если вы поручили задачу другому человеку, вы все равно несете ответственность за ее успешное выполнение.*

Субъектом 1 является руководитель, Субъектом 2 – подчиненный, а предикатом отношений выступает субхарактеристика «разделение ответственности», выраженная существительным “delegation”.

(6) *Establish a regular routine of one-on-one, face-to-face meetings to keep your boss fully informed about what you are doing and how it is going* (Трасу, 2014, р. 26). / *Установите регулярный график личных встреч один на один, чтобы держать своего руководителя в курсе того, что вы делаете и как идут дела.*

В данном контексте межличностные отношения выражены словосочетанием “keep your boss informed”, которое в четкой и лаконичной форме, как свойственно деловому дискурсу, выражает предикат отношений «обмен информацией», где Субъектом 1 является подчиненный, а Субъектом 2 – руководитель.

(7) *As an executive... you must emphasize quality, discuss quality, and continually encourage others to think about how you could improve the quality of what you do for your internal and external customers* (Трасу, 2014, р. 9). / *Как руководитель... вы должны подчеркивать качество, обсуждать качество и постоянно побуждать других думать о том, как вы можете улучшить качество того, что вы делаете для своих внутренних и внешних клиентов.*

Приведенный пример демонстрирует отношение руководителя к подчиненному, где предикатом выступает субхарактеристика «влияние», выраженная словосочетанием “encourage others to think”.

(8) *To make your most valuable contribution, you must **interview** and hire the best people for the job* (Tracy, 2014, p. 25). / *Чтобы внести свой наиболее ценный вклад, вы должны провести собеседование и нанять лучших людей для работы.*

В данном примере интерперсональные отношения выражены глаголом “interview” (to question or talk with (someone) to get information (Merriam-Webster Dictionary Online). / задавать вопросы или разговаривать с (кем-либо), чтобы получить информацию). Субъектом 1 является сотрудник организации, а Субъектом 2 – потенциальный работник, при этом предикат представлен характеристикой «причины отношений» с субхарактеристикой «обмен информацией». Важность данных отношений подчеркивается контекстуально за счет превосходной формы прилагательного “the best”, характеризующего претендента на вакантную должность.

(9) *How much time and money do you invest in training and developing the people upon which your business is **dependent**?* (Tracy, 2014, p. 11). / *Сколько времени и денег вы вкладываете в обучение и развитие людей, от которых зависит ваш бизнес?*

В рассматриваемом примере описывается отношение зависимости руководителя от сотрудников, выраженное прилагательным “dependent”, где Субъект 1 выражен метонимически (бизнес – владелец бизнеса), Субъект 2 выражен словом “people”, подразумевающим сотрудников, в обучение и развитие которых должен инвестировать Субъект 1.

(10) *...my boss never did visit the property. He **entrusted** 100 percent of the responsibility to me to complete all the hundreds of details necessary to bring this project to successful fruition* (Tracy, 2014, p. 30). / *...мой босс так никогда не посещал объект. Он доверил мне 100 процентов ответственности за выполнение сотен деталей, необходимых для успешного завершения этого проекта.*

Субъект 1, репрезентируемый лексемой “boss”, относится к Субъекту 2, которым является говорящий, с доверием: предикат отношения – субхарактеристика «надежность», о чем говорит концептуально-дефиниционный анализ глагола “entrust” (to confer a trust on; a trust – assured reliance on the character, ability, strength, or truth of someone or something (Merriam-Webster Dictionary Online). / оказывать доверие; доверие – гарантированная уверенность в характере, способностях, силе или правдивости кого-либо или чего-либо).

(11) *Don't waste time. Don't chitchat with coworkers* (Tracy, 2014, p. 44). / *Не тратьте время попусту. Не болтайте с коллегами.*

(12) *In fact, 50 percent of so-called “working time” is spent gabbing with coworkers, surfing the Web, reading the newspaper, taking care of personal business...* (Tracy, 2014, p. 45). / *Фактически, 50 процентов так называемого «рабочего времени» тратится на общение с коллегами, серфинг в Интернете, чтение газет, решение личных дел...*

В приведенных примерах субъектами отношений выступают сотрудники, которые занимают в должностной иерархии равные позиции (coworker – a person who you work with, especially someone with a similar job or level of responsibility (Cambridge Dictionary Online). / коллега – человек, с которым вы работаете, особенно тот, у кого схожая работа или уровень ответственности); используются глагол “chitchat” и деепричастие “gabbing”, которые указывают на неформальность, бесполезность и неэффективность деловых отношений на основе обмена информацией (chitchat – informal conversation about unimportant matters (Cambridge Dictionary Online). / неформальный разговор о неважных вещах; gab – to talk for a long time about things that are not important (Oxford Dictionary Online). / долго говорить о вещах, которые не важны; talk – to convey information or communicate in any way (Merriam-Webster Dictionary Online). / передавать информацию или общаться любым способом). Предикат отношений «бесполезность» также усиливается за счет контекста (Don't waste time, so-called “working time”).

(13) *Finally, schedule regular meetings to review progress... Like a doctor taking the pulse of her patients, you take the pulse of the task by regularly asking, “How's it going?”* (Tracy, 2014, p. 37). / *Наконец, запланируйте регулярные встречи для обзора прогресса... Подобно врачу, который проверяет пульс своих пациентов, вы проверяете пульс задания, регулярно спрашивая: «Как идут дела?».*

В данном примере демонстрируется такая особенность дискурса, как варьирование в зависимости от профессиональной сферы. Так, фраза “take the pulse” относится в своем прямом значении к медицинскому деловому дискурсу. В контексте данного примера она используется метафорически и позволяет подчеркнуть важность контроля за выполнением подчиненными того или иного задания.

Следующий пример демонстрирует отношения врача и пациента:

(14) *I believe that doctors and patients can have a **friendly relationship**. I would like you to think of me as a friend* (BNC). / *Я верю, что врачи и пациенты могут иметь дружеские отношения. Я бы хотел, чтобы ты воспринимал меня другом.*

В данном примере двунаправленное отношение между Субъектом 1 (лицо, оказывающее медицинские услуги) и Субъектом 2 (клиент) выражено предикатом «основа отношений» с субхарактеристикой «отношения на основе эмоциональных связей», что также подчеркивает отклонение от формата делового дискурса, однако, зная специфику работы врача, можно сказать, что такое отклонение представляется вполне допустимым и оправданным. Межличностные отношения выражены словосочетанием “friendly relationship”.

(15) *The **encouraging** supervisor **helps** supervisees remove some of their self-imposed attitudinal roadblocks and **supports** them to aim for their highest possible level of competence* (Millar, Holloway, Henderson, 2014, p. 27). / *Подбадривающий руководитель помогает подчиненным устранить некоторые из созданных ими самими препятствий в отношениях с окружающими и поддерживает их в стремлении к максимально возможному уровню компетентности.*

Субъектами отношений выступают руководитель и подчиненные. Предикатом отношений выступает характеристика «способ поведения» с субхарактеристикой «поддержка», выраженной прилагательным “encouraging” и глаголами “helps”, “supports”.

(16) *Whichever way your relationships with industry develop you should ensure as much as possible that all **collaborators**, including your academic colleagues, but especially the **industrial and commercial partners**, benefit from this mutually **symbiotic** and ideally **synergistic relationship** (Liguee). / Независимо от того, каким образом будут развиваться ваши отношения с промышленностью, вы должны максимально гарантировать, что все участники, включая ваших коллег из академической среды, но особенно промышленные и коммерческие партнеры, получат выгоду от этих взаимовыгодных и в идеале синергетических отношений.*

В рассматриваемом примере репрезентируются межличностные отношения на основе сотрудничества (collaborators, industrial and commercial partners), при этом в данном контексте им придается еще и оценочное значение, поскольку предикатом отношений выступают качественные характеристики «выгодность» (benefit, symbiotic relationship) и «эффективность» (synergistic – interaction of discrete agencies (such as industrial firms), agents (such as drugs), or conditions such that the total effect is greater than the sum of the individual effects (Merriam-Webster Dictionary Online). / взаимодействие отдельных агентств (например, промышленных фирм), агентов (например, лекарств) или условий, при котором общий эффект превышает сумму индивидуальных эффектов).

(17) *The Company strives to build **constructive relationships** with **suppliers** and **contractors** based on the principles of business ethics, and on unified approaches to production tasks and product quality management (Liguee). / Компания стремится выстраивать конструктивные взаимоотношения с поставщиками и подрядчиками на основе принципов деловой этики, единых подходов к решению производственных задач и управлению качеством продукции.*

Субъектами отношений в приведенном примере являются представители компании, а также ее поставщики и подрядчики. Предикатами отношений выступают характеристики «полезность» и «оказание поддержки» (constructive – if advice, criticism, or actions are constructive, they are useful and intended to help or improve something (Cambridge Dictionary Online). / если советы, критика или действия конструктивны, они полезны и направлены на то, чтобы помочь или улучшить что-то).

Проведенный анализ позволил представить способы репрезентации фрейма межличностных отношений в английском деловом дискурсе в виде Таблицы 1.

Таблица 1. Языковые средства репрезентации межличностных отношений в английском деловом дискурсе

Доминантные характеристики межличностных отношений в английском деловом дискурсе	Субъекты межличностных отношений				
	Руководитель – Подчиненный	Коллега – Коллега (равный статус)	Поставщик товара/услуги – Клиент	Представитель компании 1 – Представитель компании 2	Представитель компании – Внешние партнеры
Предыдущие	Контроль, проверка	метафоры “officer corps of the business army”, “take the pulse of the task”			
	Зависимость	прилагательное “dependent”	глагол “depend”		
	Поддержка	прилагательное “encouraging”; глаголы “help”, “support”			словосочетание “constructive relationships”
	Соперничество			метафтонимия “smartphone battle”; существительное “competitors”	
	Разделение ответственности	существительное “delegation”			
	Обмен информацией	словосочетание “keep your boss informed”; глагол “interview”			
	Влияние	словосочетание “encourage others to think”			
	Сотрудничество				существительное “collaborators”; словосочетания “industrial/commercial partners”
	Надежность/ненадежность	глагол “entrust”			
	Полезность/бесполезность		глагол “chitchat”; деепричастие “gabbing”		словосочетание “constructive relationships”
	Эффективность/неэффективность				словосочетание “synergistic relationship”
	Отношения на основе эмоциональных связей			словосочетание “friendly relationship”	
Выгодность				глагол “benefit”; словосочетание “symbiotic relationship”	

Следует отметить, что в Таблице 1 приведены только те лексические единицы, репрезентирующие межличностные отношения в английском деловом дискурсе, которые рассмотрены в примерах в рамках данной работы.

Заключение

Проведенное исследование позволило сформулировать следующие выводы.

Фрейм межличностных отношений представлен такими обязательными компонентами, как **Субъект 1 – предикат отношения – Субъект 2**. Предикатом отношения могут выступать следующие характеристики концепта межличностных отношений: основа отношений, способ поведения, причины отношений, качественные характеристики, количественные характеристики – и их субхарактеристики.

В ходе анализа английского делового дискурса выявлено, что взаимодействующими субъектами могут выступать: Руководитель – Подчиненный (неравный статус), Коллега – Коллега (равный статус), Поставщик товара/услуг – Клиент, Представитель компании 1 – Представитель компании 2, Представитель компании – Внешние партнеры. Выявлены следующие возможные предикаты отношений: контроль/проверка, зависимость, поддержка, соперничество, разделение ответственности, обмен информацией, влияние, сотрудничество, отношения на основе эмоциональных связей. Стоит отметить, что качественные характеристики концепта межличностных отношений, выступающие в роли предиката, имеют оценочный оттенок (надежность, полезность, эффективность, выгодность).

Межличностные отношения репрезентируются в деловом дискурсе как однонаправленные и/или двунаправленные, что зависит от статуса субъектов. Следовательно, теория о том, что деловой дискурс является подтипом институционального, статусно-ориентированного, дискурса, находит свое подтверждение в данном исследовании. Формальность делового дискурса предполагает использование преобладающего большинства лексических единиц в денотативном значении, однако иногда используются средства образной выразительности (метафора, метонимия, метафтонимия, сравнение). Это свидетельствует о том, что существуют жестко регламентированные и более мягкие варианты делового дискурса. В целом деловой дискурс характеризуется: а) обнаружением в деловом сообщении; б) варьированием в зависимости от профессиональной сферы; в) охватом взаимоотношений внутри одной организации и между организациями; г) лаконичностью, точностью, конкретностью; д) объективностью; е) ограниченностью образности и выразительности.

Средствами репрезентации межличностных отношений в английском деловом дискурсе могут выступать имена существительные, имена прилагательные, глаголы, деепричастия, различные по структуре словосочетания, а также могут быть задействованы языковые механизмы метафоры, метонимии, метафтонимии и сравнения.

Межличностные отношения играют ключевую роль в производственной сфере. Грамотная репрезентация этих отношений в языке общения может привести к более эффективному сотрудничеству и способствует созданию положительного имиджа коммуникантов. Перспективой дальнейшего исследования является возможность использования полученных результатов в анализе межличностных отношений в других типах дискурса и на материале других языков.

Источники | References

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс. Вступительная статья // Теория метафоры: сборник / под ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. М.: Прогресс, 1990.
2. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику: курс лекций / М-во обр. и науки РФ, Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина, Рос. ассоциация лингвистов-когнитологов. Изд-е 4-е, испр. и доп. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2014.
3. Горкунов А. С. Метафорическая репрезентация межличностных отношений в английском языке // Актуальные исследования языка и культуры: теоретические и прикладные аспекты: материалы IV всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Санкт-Петербург, 9 апреля 2021 г.). СПб.: Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина, 2021.
4. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сборник научных трудов. Волгоград: Перемена, 2000.
5. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004.
6. Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Тенденции развития современного дискурса // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021. № 1.
7. Кибрик А. А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов // Вопросы языкознания. 2009. № 2.
8. Липириды С. Х. Структурно-семантические особенности неологизмов тематической группы «межличностные отношения» в современном английском языке // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2024. № 2 (43).
9. Мкртычян С. В. Концепты СВОЙ – ЧУЖОЙ в аспекте моделирования управленческого стиля общения // Вопросы когнитивной лингвистики. 2011. № 3 (028).
10. Сидоренко А. В. Способы репрезентации соперничества в современном англоязычном деловом дискурсе // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2020. № 1.

11. Фурс Л. А. Регулирующая функция оценочных категорий // Когнитивные исследования языка. 2016. Вып. XXIV.
12. Фурс Л. А. Смысловая объемность структуры предложения // Исследования языка и современное гуманитарное знание. 2021. Т. 3. № 2.
13. Фурс Л. А., Худанян А. Н. Оценка межличностных отношений в английском языке // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 3.
14. Худанян А. Н. Оценочная категоризация межличностных отношений в современном английском языке: дисс. ... к. филол. н. Тамбов, 2016.
15. Ширяева Т. А. К вопросу о статусе дискурса // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2006. № 3.
16. Ширяева Т. А. Структурно-содержательная и функциональная парадигма современного делового дискурса: дисс. ... д. филол. н. Пятигорск, 2014.
17. Эдилханова Х. Д. Репрезентация межличностных отношений в пословицах и поговорках с лексемой «сосед» в чеченском, русском и английском языках // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2020. № 1.
18. Langacker R. W. Concept, Image and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar. Berlin: Mouton de Gruyter, 1991.
19. Talmy L. Toward a Cognitive Semantics: in 2 vols. Cambridge: The MIT Press, 2000. Vol. 1.

Информация об авторах | Author information



Худанян Анаит Нориковна¹, к. филол. н.

¹ Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина



Anait Norikovna Khudanyan¹, PhD

¹ Tambov State University named after G. R. Derzhavin

¹ khudanyan_anait@mail.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 24.11.2024; опубликовано online (published online): 27.12.2024.

Ключевые слова (keywords): межличностные отношения; концепт межличностных отношений; фрейм межличностных отношений; институциональный дискурс; английский деловой дискурс; interpersonal relationships; concept of interpersonal relationships; frame of interpersonal relationships; institutional discourse; English business discourse.