

УДК 81:372.881; МРНТИ 16.31.51
<https://doi.org/10.47526/2025-3/2664-0686.238>Г.Х. РАМАЗАНОВА *кандидат филологических наук, ассоциированный профессор
Международный университет Астана
(Казахстан, г. Астана), e-mail: gulnara_ram@mail.ru***СТРАТЕГИИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ**

Аннотация: Статья посвящена исследованию структуры профессионального дискурса для установления параметров одного из жанров речевого общения, в частности, Предложение (намерения, выполнения задач). Цель, основные направления и идеи научного исследования заключаются в анализе теоретических положений о речевых жанрах на основе данных ранее проведенных исследований. Анализируются характерные признаки и устанавливаются значимые характеристики Предложения преимущественно важные в профессиональной коммуникации.

Краткое описание научной и практической значимости работы подчеркивает важность соблюдения норм этики в профессиональном дискурсе (сфера образования, услуг, торговли) как инструмента успешного ведения беседы.

Краткое описание методологии исследования охватывает анализ литературных источников, анкетирование участников коммуникативного процесса, анализ языкового материала методом сплошной выборки, установление удельного веса использования вокативов в профессиональном дискурсе сравнительным анализом.

Основные результаты и анализ, выводы исследовательской работы показывают, что лингвокультурологическая компетенция в построении и ведении беседы существенно влияет на успешный исход стратегии Предложения.

Ценность проведенного исследования заключается в подтверждении необходимости соблюдения этических норм поведения в реализации стратегий общения, учитывающих особенности культурной коммуникации.

Данная работа вносит важный вклад в лингвистику, теорию межкультурной коммуникации, подчеркивая значимость профессиональной этики. В этом и заключается теоретическая значимость исследования. Практическая значимость заключена в разработке аспектов Предложения, раскрывающих важность деликатного применения вокативов; результаты приемлемы для членов той или иной кооперации, лингвистов, преподавателей-культурологов, а также всех тех, кто занимается вопросами коммуникации.

Ключевые слова: коммуникация, жанры речевого общения, речевые регистры, вокативы, профессиональный дискурс.

*** Цитируйте нас правильно:**

Рамазанова Г.Х. Стратегии реализации предложения в профессиональном дискурсе // *Ясауи университетінің хабаршысы*. – 2025. – №3 (137). – С. 116–128. <https://doi.org/10.47526/2025-3/2664-0686.238>

***Cite us correctly:**

Ramazanova G.H. Strategii realizacii predlozhenia v professionalnom diskurse [Strategies for Implementation of the Offer in the Frame of the Professional Discourse] // *Iasaui universitetinin habarshysy*. – 2025. – №3 (137). – S. 116–128. <https://doi.org/10.47526/2025-3/2664-0686.238>

Дата поступления статьи в редакцию 10.04.2025 / Дата принятия 30.09.2025

Г.Х. Рамазанова

*филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор
Астана Халықаралық университеті
(Қазақстан, Астана қ.), e-mail: gulnara_ram@mail.ru*

Кәсіби дискурс шеңберінде ұсынысты жүзеге асыру стратегиялары

Андатпа. Бұл мақала кәсіби дискурстың құрылымын зерделеуге арналып, сөйлеу коммуникациясының бір жанры, атап айтқанда, ұсыныс (бір нәрсе істеу ниеті), жанрының параметрлерін айқындауға бағытталған. Зерттеудің мақсаты – сөйлеу жанрлары туралы теориялық тұжырымдарды бұрын жүргізілген ғылыми еңбектер негізінде саралап, кәсіби коммуникацияда ерекше мәнге ие ұсыныс жанрының сипаттамалық белгілерін анықтау. Зерттеу шеңберінде ұсыныс жанрының құрылымдық және функционалдық ерекшеліктері талданып, кәсіби дискурста тиімді қарым-қатынасты қамтамасыз ететін мәнді сипаттамалары жүйеленеді.

Ғылыми және практикалық маңыздылығын сипаттай отырып, кәсіби дискурста (білім беру, қызмет көрсету, сауда саласы) этикалық нормаларды сақтау тиімді коммуникацияның маңызды шарты ретінде негізделеді.

Зерттеудің әдіснамалық негізі ретінде әдеби дереккөздерге талдау, коммуникативтік үдеріс қатысушыларына сауалнама жүргізу, үздіксіз іріктеу әдісімен тілдік материалдарды құрылымдық-талдамалық тәсілмен зерттеу, сондай-ақ кәсіби дискурста вокативтердің қолданылу жиілігін салыстырмалы-салғастырмалы талдау қарастырылды.

Жүргізілген зерттеу нәтижелері Ұсыныс стратегиясының табысты жүзеге асуына тілдік және мәдени құзыреттіліктің әсерін айқындап, лингвомәдениеттанымдық факторлардың рөлін негіздейді.

Зерттеудің құндылығы мәдениетаралық коммуникацияның ерекшеліктерін ескере отырып, кәсіби қатынаста этикалық нормаларды ұстанудың қажеттілігін дәлелдеуде көрінеді.

Аталмыш ғылыми еңбек лингвистика мен мәдениетаралық коммуникация теориясына өз үлесін қосып, кәсіби этиканың маңыздылығын жан-жақты көрсетеді.

Теориялық маңыздылығы – кәсіби дискурста ұсыныс жанрының рөлін ғылыми негіздеу мен оның құрылымын жүйелеуде көрінсе, практикалық маңыздылығы – вокативтерді орынды әрі нәзік қолдану арқылы ұсыныс стратегиясының тиімділігін арттыру тәсілдерін ұсынумен ерекшеленеді.

Алынған нәтижелер кәсіби сала мамандарына, лингвистерге, мәдениеттану пәні оқытушыларына және коммуникация мәселелерімен айналысатын өзге де зерттеушілер мен практиктерге пайдалы болмақ.

Кілт сөздер: коммуникация, сөйлеу жанрлары, сөйлеу регистрлері, вокативтер, кәсіби дискурс.

G.H. Ramazanova

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
Astana International University
(Kazakhstan, Astana), e-mail: gulnara_ram@mail.ru*

Strategies for Implementation of the Offer in the Frame of the Professional Discourse

Abstract. The article is devoted to the study of the structure of professional discourse to establish the parameters of one of the genres of speech communication, in particular, the Offer

(intention to do something). The aim, key areas and idea of scientific research are to analyze theoretical conceptions about speech genres based on data from a previously research works.

The specific and significant features of the Offer mainly important for professional communication are determined.

A brief description of the scientific and practical significance of the work emphasizes the importance of adherence to ethical standards in the frame of professional discourse (сфера образования, услуг, торговли) as means for successful conversation.

A brief description of the research methodology covers an analysis of theoretical sources, a survey of participants in the communication process, an analysis of linguistic material using a continuous sampling method, and a comparative analysis.

The main results and analysis, conclusions of the research work indicate that linguocultural competence in making and holding a conversation significantly affects the successful result of the Offer strategy. The usage proportion of the vocative in the frame of the professional discourse is determined on the basis of comparative analysis.

The significance of the study confirms the need to follow the ethical standards of behavior in the implementation of communication strategies that take into account the characteristics of cultural communication.

This work makes important contributions to Linguistics, The theory of Intercultural communication, emphasizing the importance of professional ethics. This is the theoretical significance of the study. The practical significance works out the aspects of the Offer that reveal the importance of delicate use of vocatives. The results of the research are also useful for members of any organization/cooperation, linguists, teachers of Culturology, as well as all those involved in studying problems of communication.

Keywords: communication, genres of speech communication, speech registers, vocatives, professional discourse.

Введение

Американский физик и философ Томас Кун в своей известной книге «Структура научных революций» определяет коммуникацию в человеческом обществе как общение, обмен мыслями, знаниями, чувствами, схемами поведения и т.п. В процессе обмена идеями происходит сохранение слов собеседников [1]. Мы разделяем точку зрения Т. Куна и, считаем, что важную роль в профессиональном дискурсе играет корректное использование функций лексических единиц, через которых реализуется установление контакта. В своей работе при установлении значимых элементов в коммуникации мы придерживаемся основных положений данного подхода.

Лингвистика располагает определенными знаниями о коммуникации: в механистической парадигме под коммуникацией понимается однонаправленный процесс кодирования и передачи информации от источника и приема информации получателем сообщения. Существует и другая интерпретация через призму деятельностного подхода; здесь коммуникация понимается как совместная деятельность участников коммуникации (коммуникантов), в ходе которой вырабатывается общий (до определенного предела) взгляд на вещи и действия с ними.

Нам импонирует второй подход в силу того, что он (подход) раскрывает не только сам процесс коммуникация, но и результат коммуникации. Для реализации стратегий в коммуникации важен результат.

Этикетные единицы межкультурной коммуникации (в частности, особенности единиц вежливости) стали объектом описания в трудах отечественных исследователей [2].

Вежливость как неотъемлемое условие успешной коммуникации предложено исследователями Л.А. Алекберовой и Д.К. Ташкеновой [3].

И в случаях межкультурной коммуникации, и в случаях коммуникации между представителями одной этнокультуры необходимо соблюдение правил речевого поведения с участием экстралингвистических факторов. Это обеспечивает успешное протекание акта коммуникации. Синхронизация этого высказывания находит свое место во многих теориях по вопросам коммуникации. Так, например, разговорная теория Г.П. Грайса гласит, что всякое социальное общение и, в первую очередь, речевая деятельность регламентируются особыми правилами. Ведущий диктум его теории – принцип коммуникативного сотрудничества. Четыре максимы кооперативного принципа: максима количества, максима качества, максима релевантности, максима способа [4]. В данной работе мы опираемся на ведущий диктум (принцип коммуникативного сотрудничества) данной теории, так как он (диктум) раскрывает нашу идею о соблюдении этикоделовых норм в рамках профессионального общения. В дальнейшем теория Грайса получила разработку в исследованиях Дж. Лича, С. Левинсона. В основу их теорий вошли моральные и этические постулаты. В концепции Дж. Лича выделен принцип вежливости. Такт, великодушие, одобрение, скромность, согласие, симпатия – это постулаты Дж. Лича [5]. В рамках речевого жанра «предложение», с нашей точки зрения, принцип коммуникативного сотрудничества реализуется через призму положительной вежливости. Таким образом, все это подтверждает нашу точку зрения о том, что при различных способах коммуникации между коллегами и партнерами важным остается принцип соблюдения норм профессиональной этики.

Специфика речевой коммуникации, обусловленная многими факторами, проявляется в разных формах, сферах, ситуациях общения, а также в речевых жанрах, которые, по М.М. Бахтину [6], являются единицами общения. Мы разделяем точку зрения данного исследователя и считаем, что речевые жанры предопределяют ход и инструментальный характер общения.

Отмечено, что речевые жанры представлены как одна из форм осмысления реальной действительности. В конкретных речевых жанрах находят специфическое отражение различные особенности языковой личности: прежде всего, лингвистические, коммуникативно-прагматические, ментальные и, в частности, аксиологические, связанные с ценностными установками.

Существует много определений понятия «ценность», но суть их такова: ценностью представляется объект, значимый для человека или группы лиц; ценность рассматривается как обобщенное представление о том, что является правильным, желанным в разнообразных сферах общественной жизни.

В своей работе, опираясь на имеющиеся в лингвистике разработанные определения понятия «ценность», мы используем рабочую версию для знаковости этого понятия в рамках стратегии реализации речевого жанра «Предложение»: ценность – это некий объект, значимый или важный для лица или группы лиц; ценность – это то, чем дорожит то или иное лицо либо группа лиц, как правило, с необходимостью приложить большие усилия, чтобы сохранить то, что дорого (не в значении: дорого-дешево).

Ценность явилась объектом изучения еще на рубеже XX и XXI веков в исследованиях по вопросам акта коммуникации; наряду с лингвистическими параметрами началось изучение аксиологических.

Расширение международных контактов, использование в средствах масс-медиа различных форм теле-радио передач (например, ток-шоу, телемосты), внедрение международных стандартов во все сферы жизнедеятельности обусловило широкое исследование аксиологических компонентов акта коммуникации.

Необходимость глубокого понимания культуры в общении обусловлена стремлением раскрыть инструменты интеграции в профессиональное сообщество, успешно включаясь в межкультурное общение. Обоснование выбора темы исследования заключается в недостаточной разработанности вопросов использования компонентов общения в профессиональных целях. Предыдущие исследования и опыт показывают, что недостаточное внимание к использованию различных форм общения по содержанию в процессе общения может привести к культурным конфликтам и затруднять либо привести к нулю само общение.

Таким образом, возникает необходимость в разработке механизмов общения в профессиональном дискурсе, отражающих системный подход в подборе нужных средств и многовекторных коммуникативных элементов. Все это обусловило бы успешную реализацию стратегий в коммуникации с соблюдением этических норм в общении.

Методы исследования и материалы

Как отмечено выше, в работе использованы следующие методы исследования: анализ теоретической литературы, анкетирование, метод сплошной выборки, сравнительный анализ.

Анализ теоретической литературы непосредственно по формам речи позволил раскрыть степень изученности жанра речевого общения Предложения.

Анкета была составлена для оценки использования вокативов при профессиональном общении. В анкету были включены 10 вопросов, касающиеся использования вокативов и других форм ведения беседы на установку Предложения. Анкетирование послужило как инструмент сбора информации от непосредственных участников профессионального дискурса. Отбор рецензентов был основан на активности и многоплановости сферы речевого общения (представители Управляющих компаний по ведению социальных услуг в жилищных комплексах, представителей торговли и маркетинга, представители образовательной сферы) в разрезе иерархической ступени членов коллектива:

Метод сплошной выборки был направлен на сбор и обработку аутентичного материала, В качестве основных материалов исследования были выбраны сегменты из аутентичных деловых текстов, а также из открытых источников (Интернет платформ, YouTube видеохостинг и т.п.) для выявления основных аспектов стратегии реализации Предложения. Данный метод обусловил установление структурных элементов речевого жанра Предложение.

Использование метода сравнительного анализа результатов позволил установить степень использования руководителями и членами коллектива вокативов и других элементов обращения и оценить эффективность активизации вокативов в профессиональный дискурс для соблюдения делового этикета.

Актуальность темы определяется дефицитом рекомендаций по построению деликатных форм коммуникации и потребностью в соблюдении языковых мотивационных инструментов для успешного исхода Предложения.

Новизна исследования заключается в выявлении и установлении композиционной структуры Предложения для соблюдения аспектности речевого жанра, в разработке критерий реализации стратегий Предложения в профессиональном дискурсе.

Объектом исследования является структурно-смысловые компоненты речевого жанра Предложение; предметом – изучение лингвокультурных параметров Предложения, раскрытие его основных функциональных аспектов.

Цель исследования заключается в анализе этики деловых ценностей Предложения для разработки механизмов совершенствования процесса коммуникативного акта в рамках профессионального взаимодействия.

Основные задачи исследования включают:

- анализ существующих концепций и теорий о понятии «культура». «речевая этика», «этикет»;
- изучение дифференциальных признаков профессионального этикета;
- определение основных структур стратегии Предложения в профессиональном дискурсе;
- установление различных характеристик Предложения, их ценностных функций для его (Предложения) успешной реализации в процессе коммуникации.

Гипотеза исследования состоит в том, что использование вокативов в речевом жанре Предложение обеспечивает результативный успех в профессиональном дискурсе.

Теоретическая значимость данной работы заключается в том, что она направлена на научно-практическую платформу для разработки эффективных способов коммуникации, способствующих установлению взаимопонимания между коммуникантами.

Практическая значимость заключается в освещении значимо характерных и отличительных параметров Предложения для использования его в рамках профессионального дискурса.

Таким образом, цель данного исследования связана с доказательством важности активации вокативов и соблюдения культурных параметров общения для достижения цели Предложения.

Анализ и результаты

Многообразие форм общения открывает пробелы в самой культуре использования языка как средства. Богатство мира и многообразие того, что мы познаем в нем и человеческое бытие предопределило для нас поведение в общении, поскольку компоненты общения в отчетливых и действенных чертах дают нам различные способы восприятия и намерения продолжать его (общение). Некоторые пользователи языка, не знающие норм делового этикета, обычно не видят ни конфликта этики, ни конфликта общения. Этот конфликт проявляется на разных уровнях. Изучение его очень важно, особенно когда возникают трудности, скрытые и от участников коммуникации.

Вопросами профессионального общения, необходимости в общении соблюдения норм сферы по профилю занимаются как отечественные, так и зарубежные исследователи. Так, например, А.Б. Туманова подвергла исследованию научный стиль речи по нефтегазовому профилю [7].

В лингвистике наличествуют работы по классификации форм речевого общения. Как известно, первым, кто дифференцировал формы речевого общения, был Аристотель. В современный период философ, литературовед М.М. Бахтин выделил бытовые речевые жанры. Он также охарактеризовал необходимые прагматические составляющие речевого общения, выделив роль другого, иными словами, адресата. М.М. Бахтин определил речевые жанры как относительно устойчивые и нормативные формы высказывания, в которых каждое высказывание подчиняется законам целостной композиции и типам связи между предложениями-высказываниями. Вместе с тем, исследователь определил диалог как классическую форму речевого общения [6, с. 202]. Многие факторы обуславливают специфику речевой коммуникации, проявляющуюся в разных формах, сферах, ситуациях общения, а также в речевых жанрах, которые, по М.М. Бахтину, являются единицами общения [6].

В лингвистике представлены следующие жанры речевого общения: беседа, разговор, рассказ, история, предложение, признание, просьба, спор, замечание, совет, письмо, записка, сообщение (Ватсапп и др. гаджеты), дневник. Такое разделение основано на таких категориях как: тип коммуникативных установок, способ участия партнеров, ролевые отношения между участниками, характер их реплик, соотношение различных форм речи.

Речевые жанры подверглись изучению немногими исследователями. Так, например, в работе «Некоторые особенности речевой коммуникации в жанре поздравление: лингвоаксиологические заметки (на материале русскоязычных газет в Литве)» Натальи Авиной раскрыта композиция поздравления. В нашей работе опираясь на эти подходы, мы выявляем важные для успешной коммуникации аспекты Предложения; разрабатываем комплексный подход для некоторых профессиональных сфер. Лингвоаксиологические особенности речевого жанра Предложение, рассматриваемого в данном коммуникативном пространстве, обусловлены социо-проф-культурными параметрами речевого общения (прежде всего, социально-статусными особенностями), типом взаимоотношений между коммуникантами.

На сегодняшний день определенно точно можно признать результаты многих исследователей, определяющих поведение коммуникантов в процессе общения как преследование определенных целей. Также исследователи отмечают, что для достижения коммуникативных целей используются определенные приемы; одними из них ими названы коммуникативные стратегии.

Коммуникативная стратегия – это коммуникативное поведение с использованием вербальных и невербальных средств, выражающих намерение и отношение коммуникантов к объекту процесса общения для достижения целей.

В ходе анализа материала из открытых источников (например, сайты: SuccessCDs, nethouse.ru, Skyprow, Preply, Unisender, EnglishClub) вербального типа была установлена пошаговая структура стратегии Предложения, а также речевые регистры.

Итак, стратегия Предложения интерпретируется как комплекс из шести компонентов, последовательность которых строго закреплена:

- 1) начало разговора;
- 2) использование вокатива;
- 3) сохранение такта;
- 4) предложение;
- 5) мотивировка;
- 6) собственно предложение.

Ядром стратегии является «собственно предложение», вторичными – первые пять.

Набор данных компонентов, имеющих иерархическое положение, определяем как композиционную структуру Предложения. «Собственно предложение» представляет собой основной композиционный элемент.

В процессе коммуникации могут возникнуть напряженные отношения из-за различия в статусе, недостаточном доверии. В таких случаях требуются дополнительные коммуникативные ходы. Зачастую адресант Предложения использует комплимент, доверительные реплики, фразы, повышающие самооценку тем самым повышая уровень доверительности и уважения. Все это назовем речевыми регистрами.

Речевые регистры «...с этим можете справиться только Вы»/ «only you can cope with this», «в Вашем лице мы ищем поддержку»/ «we are looking for your support in your person», «только Вам известны способы разрешения вопроса»/ «only you know how to resolve this problem», «Мы очень благодарны, вы много делаете для коллектива/ кооперации»/ «We are grateful, you do a lot for the team/cooperation» и т.п.

Создание «причастности к важным делам» может также сыграть положительную роль в реализации стратегии адресанта. Оно может быть выражено следующими регистрами: «Вы – один из нас»/ «You are one of us»: работает оппозиция «свои» – «конкуренты». Апелляционными моментами могут быть убеждения в формате «выгодно – не выгодно», ссылка на официальные лица/источники.

Порой адресат Предложения не может принять его (предложение). В таких случаях, следует не быть категоричным для равновесия в коммуникативном поле. Нужно всегда помнить о профессиональной этике. Здесь могут быть использованы следующие фразы: «Извините (не как форма раскаяния, скорее, как форма гармонизации ситуации). К сожалению, не смогу принять...»/ ««Sorry. Unfortunately I can't accept your offer», «Постараюсь...»/ «I will do my best», «Спасибо за доверие...меня все устраивает/ «Thank you for your trust..., I'm satisfied with everything...» и т.п.

В таких случаях необходимо соблюдать принцип релевантности по Д. Шпербера и Д. Уилсона, предполагающий, наличие оптимального соответствия коммуникативной цели [8].

Наличие общей коммуникативной интенции, цели объединяет речевые ходы коммуникантов и определяет стратегию любого дискурса. Отсюда возникает речевая коммуникация на условиях согласованности.

Согласованная речевая коммуникация представляет собой такое речевое поведение, которое генерирует факт важности и целесообразности, обуславливает порождение согласия, в конечном счете. Основными компонентами продолжения беседы являются позитивная психологическая атмосфера и мотивированность участников коммуникативного акта. В таких случаях уместны фразы: делаете успехи; достижения вашей компании/организации заметны и заслуживают уважения; Ваши старания заметны; полагаемся на Вас; верим, что не подведете и т.п.

На основе анализа фактического материала делаем вывод о том, что речевая коммуникация в жанре Предложение имеет свои особенности. Прежде всего, устойчивость композиционной структуры этого жанра, включающей обращение, собственно предложение.

Важно отметить, что в общении необходимо соблюдение этики. Этика речевого общения начинается с соблюдения условий успешного речевого общения: с доброжелательного отношения к адресату, демонстрации заинтересованности в разговоре, «понимающего понимания» — настроенности на мир собеседника, искреннего выражения своего мнения, сочувственного внимания. Это предписывает выражать свои мысли в ясной форме, ориентируясь на мир знаний адресата [9].

Этичным считается и молчание, роль которого в диалоге заключается как раз во внимательном слушании речи собеседника и полном понимании. С другой стороны, если человек использует молчание в неподходящее время, имея целью скрыть свои слабые места или не желая отвечать на вопросы, то это оставляет плохое впечатление у других [10].

Речевая этика – это правила должного речевого поведения, основанные на нормах морали, национально-культурных традициях.

Главный этический принцип речевого общения — соблюдение паритетности – находит свое выражение, начиная с приветствия и кончая прощанием на всем протяжении разговора [9].

Соблюдение профессиональной этики подразумевает использование обращения к адресату. Корректное обращение задает тон диалогу (не как форме речи, а как взаимоотношению друг к другу), повышает степень доверительных отношений; иными словами, выполняет роль «мостика» в установлении контакта. По этой причине на протяжении всей речевой ситуации обращение следует произносить неоднократно; это свидетельствует о положительном отношении к собеседнику, о внимании к его словам, о положительных намерениях процесса сотрудничества.

Многие исследователи (например, Д. Вундерлих, И.П. Карасик, В.И. Супрун и др.) рассматривают обращение как самостоятельный речевой акт. Мы разделяем их позицию и добавляем, что обращение – это не ритуальное начало общения, а способ выражения интереса и уважения к собеседнику.

Исследователи подчеркивают соотнесенность обращения с адресатом речи, как номинантом, референтом номинации. В частности, О. Есперсон понимает под ним (обращением) языковую единицу, называющую того, к кому обращаются с речью [11]. Следовательно, обращение, выраженное вокативом, отражает выделение адресата.

Общепризнано, что вокативы (формы обращений к собеседнику) выполняют контактоустанавливающую функцию, вербальным средством привлечения внимания адресата и служат сигналом начала вербального взаимодействия в различных ситуациях на инициальном этапе общения.

В континууме речевого взаимодействия использование вокативов коммуникантами способствует поддержанию внимания адресата; в ходе завершения беседы обращения с использованием вокатива укрепляет доброжелательное отношение собеседников друг к другу. Таким образом, функция вокативов намного шире; они являются стержнем деловой этики.

Соответственно, в профессиональном дискурсе следует придерживаться: официальной формы общения. Прежде всего, обращаться друг к другу по имени и отчеству; говорить о третьих лицах, не присутствующих в данной беседе, упоминая их по должности либо по имени и отчеству.

Немаловажную роль играют перифрастические номинации, способствующие реализации Предложения не напрямую, косвенно, с использованием комплиментарной составляющей беседы. Это, в свою очередь, позволит реализовать стратегию Предложения.

Например: Ваша компания достигла... Предлагаем сотрудничество в...// Your company has achieved success in... We offer cooperation in... (Источник: Unicraft. crminindex.ru, Startpack).

Рассматриваемый материал демонстрирует стандартность языковых средств репрезентации ценностных установок, характерных для данного речевого жанра.

Все тонкости и вся глубина проблем коммуникации становятся особенно наглядными, осознаваемыми, при сопоставлении использования элементов языка в речи разных участников коммуникации. В связи с этим, в нашей работе анализируется речь участников с обеих сторон (руководителей и других членов коллектива).

В профессиональной коммуникации значимую роль играют корпоративные стратегии, зачастую создавая мотивационное поле для профессиональной деятельности всех членов кооперации. По этой причине, в данной работе представлен двусторонний компендиум речевых регистров в процессе реализации стратегии Предложения.

Анкетирование проводилось для оценки и анализа роли вокативов и других аксиологических констант в профессиональном дискурсе. Одна из анкет была предназначена для опроса руководителей организаций и подразделений; вторая - для членов организаций и подразделений. Непосредственно анкетирование проводилось в онлайн формате. Анкета охватила представителей образовательной сферы (школы, вуз; г. Астана) (более 90 респондентов), социальной сферы (управляющие компании, оказывающие услуги в кооперативе собственников квартир, г. Астана) (более 30 респондентов) и бизнес сферы (представители сети супермаркетов, г. Костанай) (более 100 респондентов). Обработка данных представлена в виде подсчетов ответов на каждый из вопросов анкет. Затем данные аккумулировались в общий результат.

Исследование показало, что характер коммуникации между руководителями и членами коллектива/подчиненными в большей степени находится вне авторитарного стиля. При необходимости налаживания контактов с представителями другой организации используются зачастую вокативы (имя и отчество). Респонденты высказали мнение и об успешности общения в зависимости от формы обращения. Нижеприведенные таблицы демонстрируют удельный вес ответов в процентном соотношении (Таблица 1, Таблица 2).

Таблица 1 – Результаты анкетирования руководителей организаций и подразделений

использование вокативов (имя и отчество) при обращении к членам коллектива	использование специальных слов по должностям категориям при обращении к членам коллектива	использование вокативов (имя и отчество) при налаживании контактов с представителями другой организации	использование общих языковых средств (например, коллеги и т.п.) при налаживании контактов с представителями другой организации	успех общения зависит от формы обращения
71%	29 %	90%	10%	90%

Таблица 2 – Результаты анкетирования членов коллектива организаций и подразделений

использование вокативов (имя и отчество) при обращении к членам коллектива	использование вокативов (имя и отчество) при обращении к ним предпочитают	использование вокативов (имя и отчество) при налаживании контактов с представителями другой организации	использование общих языковых средств (например, коллеги и т.п.) при налаживании контактов с представителями другой организации	успех общения зависит от формы обращения
60%	90 %	90%	10%	80%

Как отмечено в лингвистике, наличие неясности, невидимости культурного барьера на уровне одной культуры обуславливает столкновение личностных культур. Культура индивида с культурой другого индивида, отличной от нее.

Межличностные отношения в первую очередь базируются на уважении. Отсутствие уважения зачастую приводит к исчезновению контакта, отношения сводятся к нулю. Уважение, принято, считать, является также важным компонентом личной идентичности. По этой причине, для реализации стратегии Предложения важным является выражения уважения к адресату посредством вокативов, других элементов, определяющих почтение: например, уважаемый/ая коллега, уважаемый/ая партнер по бизнесу и т.п.; а также с номинацией социально-профессионального статуса в коллективе и т.п. Уважение – это не только почтительное отношение, но и признание достоинств, заслуг тех, кто разные ранги по должности. Отсутствие уважения приводит к конфликту в межличностных отношениях, даже если личности находятся в одном коллективе.

В связи с этим, в анкетирование вошел вопрос о выборе тактики ведения беседы руководителями при необходимости выполнения членами коллектива их поручений/приказов/распоряжений, а также членами коллектива для достижения своих целей. Результат исследования отражает степень отношений (Таблица 3).

Таблица 3 – Использование тактики Предложения руководителями и членами коллектива организаций и подразделений

Респонденты	используют тактику Предложения	не используют тактику Предложения
руководители организаций/ подразделений	90%	10%
члены коллектива руководителями организаций/ подразделений	60%	40%

Как было отмечено выше, соблюдение профессиональной этики подразумевает использование обращения к адресату. Степень доверительных отношений базируется на корректном обращении, повышает степень доверительных отношений. В ходе исследования выявлялось мнение руководителей и членов коллектива организаций/подразделений об успешности общения в зависимости от формы обращения внутри коллектива. Этот вопрос раскрывает необходимость соблюдения профессиональной этики (Таблица 4).

Таблица 4 – Оценка успеха общения руководителями и членами коллектива организаций и подразделений

Респонденты	успех общения зависит от формы обращения	не придают значения
руководители организаций/ подразделений	90%	10%
члены коллектива руководителями организаций/ подразделений	85%	15%

Рамки профессионального дискурса требуют соблюдения официальных параметров общения. Одним из главных является обращение к адресату с использованием его имени и отчества.

Анкетирование проводилось с целью выявления отношения и мнения руководителей, а также членов коллектива организаций/подразделений к категориям профессиональной коммуникации внутри коллектива и было выявлено, что как руководители, так и члены коллектива используют вокативы (имя и отчество); руководители чаще применяют вокативы (имя и отчество) в сравнении с членами коллектива. Также респонденты считают, что успех общения зависит от формы обращения, в частности, использование имени и отчества адресата и адресанта. В общении респонденты предпочитают тактику Предложения для достижения целей по профессиональным вопросам.

Результаты сравнительного анализа: анализ показал, что вокативы в профессиональном дискурсе занимают важное место (в отличии от других специальных слов по должностным категориям) и выполняют контактоустанавливающую функцию; являются вербальным средством привлечения внимания адресата. Также анализ показал, что для достижения определенных целей в процессе профессиональной деятельности зачастую применяют тактику предложения, а это значит, что для реализации стратегии Предложения основным и ключевым является наличие системы приоритетных ценностных ориентаций коммуникантов. Прежде всего, использование вокатива (имени и отчества); предлагать, а не принимать авторитарный способ достижения профессиональных целей.

Заключение

Профессиональный дискурс – это особая сфера общения, требующая от участников коммуникативного акта ориентации на сугубо деловые отношения.

В ходе исследования установлены следующие структурно-смысловые компоненты речевого жанра Предложение: композиционная структура (с ядром стратегии «собственно предложение»); компоненты коммуникативного акта (вокативы), отражающие этический принцип речевого общения; речевые регистры для реализации стратегии Предложения.

Следует отметить тот факт, что в эпоху высоких технологий изучение культуры общения не становится второстепенным, оно продолжает быть областью проявления языковых закономерностей и отражением культуры индивида в социуме. Анализ материала показал, что ценным остается уважительное отношение к собеседнику, реализуемое, прежде всего, использованием вокатива (в данном случае, имени и отчества). Также анализ показал,

что вокативы в профессиональном дискурсе занимают более важное место в отличие от других специальных слов по должностным категориям (Таблица 1).

Данные Таблиц 1, 2, 3 демонстрируют, что благоприятное общение в коллективе зачастую обеспечивается усилиями руководителей (использование вокатива (имени и отчества – 71%, в сравнении с членами коллектива – 60%, использование тактики Предложения – 90%, в сравнении с членами коллектива – 60%). Тем не менее, данный показатель не достаточен для утверждения полного и долгосрочного успеха, так как вторая группа коллектива (в частности, члены коллектива, не являющиеся руководителями) недостаточно прилагает усилия для этого. Следовательно, возникает необходимость в активации использования вокатива (имени и отчества) всеми коммуникантами профессионального дискурса.

Иные показатели относительно другого коллектива: 90 % респондентов из числа руководителей и членов организаций используют вокатив (имя и отчество) при налаживании контактов с представителями другой организации (Таблица 1). Практически все респонденты едины в мысли, что успех общения зависит от формы обращения (90% и 85%) (Таблица 4).

Таким образом, исследование показало, что активизация вокативов в коллективе и других аксиологических константов (например, перифрастических номинаций), языковых элементов, определяющих почтение (например, уважаемый/ая) в рамках профессионального дискурса необходимо для успеха в стратегии реализации Предложения. Этим подтверждается наша гипотеза исследования относительно профессионального дискурса.

Оценка и анализ вышеупомянутых ценностей делового этикета Предложения для разработки механизмов совершенствования процесса коммуникативного акта в рамках профессионального взаимодействия показывает, что практическое применение важных и контактоустанавливающих элементов в речи собеседников способствуют наличию внутренней коллективной гармонии, а также продвижению и процветанию компании/организации.

Дальнейшее исследование в лингвоаксиологическом аспекте речевого жанра Предложение, как единицы общения, как одной из форм осмысления реальной действительности, может быть связано с анализом материала в сравнительно-сопоставительном плане с целью выявления общих и специфических черт, отражающих особенности языкового сознания и, соответственно, речевой коммуникации в различных сферах (например, медицина).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кун Т. Структура научных революций. – М.: Издательство «Neoclassic», 2020. – 320 с.
2. Абдыгалиева Н.Н., Смағұлова Г.Н. Мәдениетаралық қатысым: ілтипат бірліктерінің ерекшеліктері және лингвомәдени көзқарас (қазақ және ағылшын тілдері бойынша) // Ясауи университетінің хабаршысы. – 2024. – №131. – Б. 176–187. <https://www.doi.org/10.47526/2024-1/2664-0686.15>
3. Alekberova L.A., Tashkenova D.K. To the questions of the «Politeness» concept in the frame of communicative consciousness of Kazakhstan’ youth // Вестник Северо-Казахстанского университета имени М. Козыбаева. – 2020. – №1 (46). – P. 146–151.
4. Paul Grice H. Logic and Conversation // Syntax and Semantics. – 1975. – Vol. 3, Speech Acts / ed. by Peter Cole and Jerry L. Morgan. – New York: Academic Press, 1975. – P. 41–58. [Electronic resource]. URL: <https://www.sfu.ca/~jeffpell/Cogs300/GriceLogicConvers75.pdf> (date of access 17.01.2025)
5. Geoffrey N. Leech. Principles of pragmatics. – London and New York: Longman, 1983. – 250 p. Published online by Cambridge University Press: 07 November 2008. [Electronic resource]. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/studies-in-second-language-acquisition/article/principles-of->

pragmatics-geoffrey-n-leech-london-and-new-york-longman-1983-pp-250/E045592CCCEFB4383D232790FADD71C9 (date of access 17.01.2025)

6. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // В кн.: Бахтин М.М. Собр. соч. – Т. 5. Работы 1940-1960 гг. – М.: Русские словари, 1996. – С. 159–206.
7. Туманова А.Б. Русский язык. Научный стиль речи: учебное пособие по практическому курсу русского языка (для студентов и специалистов нефтегазового профиля). – Алматы: КБТУ, 2013. – 153 с.
8. Шпербер Д., Уилсон Д. Релевантность // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 23: Когнитивные аспекты языка. – М., 1988. – С. 212–233.
9. Бромлей Ю.В. Этнос и этнография. – М.: Издательство «Наука», 1973. – 142 с.
10. Амер Я. Стратегии и тактика диалога и переговоров // История и педагогика естествознания. – Вып. 1. – 2020. – С. 24–28.
11. Есперсен О. Философия грамматики = The philosophy of grammar / пер. с англ. В.В. Пассека и С.П. Сафроновой; под ред. и с предисл. Б.А. Ильиша. Изд. 3-е, стер. – М.: URSS, Ленанд, 2006. – 404 с.

REFERENCES

1. Kun T. Struktura nauchnyh revoluci [Structure of scientific revolutions]. – М.: Izdatelstvo «Neoclassic», 2020. – 320 s. [in Russian]
2. Abdygalieva N.N., Smagulova G.N. Madenietarlyq qatysym: iltipat birlikterinin erekshelikteri zhane lingvomadeni kozqaras (qazaq zhane agylshyn tilderi boiynsha) [Intercultural communication: features of politeness units and linguocultural approach (on Kazakh and English languages)] // Iasau universitetinin habarshysy. – 2024. – №131. – В. 176–187. <https://www.doi.org/10.47526/2024-1/2664-0686.15> [in Kazakh]
3. Alekberova L.A., Tashkenova D.K. To the questions of the «Politeness» concept in the frame of communicative consciousness of Kazakhstan' youth // Vestnik Severo-Kazahstanskogo universiteta imeni M. Kozybaeva. – 2020. – №1 (46). – R. 146–151.
4. Paul Grice H. Logic and Conversation // Syntax and Semantics. – 1975. – Vol. 3, Speech Acts / ed. by Peter Cole and Jerry L. Morgan. – New York: Academic Press, 1975. – P. 41–58. [Electronic resource]. URL: <https://www.sfu.ca/~jeffpell/Cogs300/GriceLogicConvers75.pdf> (date of access 17.01.2025)
5. Geoffrey N. Leech. Principles of pragmatics. – London and New York: Longman, 1983. – 250 p. Published online by Cambridge University Press: 07 November 2008. [Electronic resource]. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/studies-in-second-language-acquisition/article/principles-of-pragmatics-geoffrey-n-leech-london-and-new-york-longman-1983-pp-250/E045592CCCEFB4383D232790FADD71C9> (date of access 17.01.2025)
6. Bahtin M.M. Problema rechevyh zhanrov // V kn.: Bahtin M.M. Sobr. soch. – Т. 5. Raboty 1940-1960 gg. [The problem of speech genres // In: Bakhtin M.M. Collected Works, vol. 5. Works of 1940-1960]. – М.: Russkie slovani, 1996. – S. 159–206. [in Russian]
7. Tumanova A.B. Russki iazyk. Nauchnyi stil rechi: uchebnoe posobie po prakticheskomu kursu russkogo iazyka (dlia studentov i specialistov neftegazovogo profilia) [Russian language. Scientific style of speech: a tutorial on the practical course of the Russian language (for students and specialists in the oil and gas industry)]. – Almaty: KBTU, 2013. – 153 s. [in Russian]
8. Shperber D., Uilson D. Relevantnost // Novoe v zarubezhnoi lingvistike. – Vyp. 23: Kognitivnye aspekty iazyka [Relevance // New in foreign linguistics. – Vol. 23: Cognitive aspects of language]. – М., 1988. – S. 212–233. [in Russian]
9. Bromlei Iu.V. Etnos i etnografia [Ethnicity and ethnography]. – М.: Izdatelstvo «Nauka», 1973. – 142 s. [in Russian]
10. Amer Ia. Strategii i taktika dialoga i peregovorov [Strategies and tactics of dialogue and negotiations] // Istoria i pedagogika estestvoznania. – Vyp. 1. – 2020. – S. 24–28. [in Russian]
11. Espersen O. Filosofia grammatiki = The philosophy of grammar [The philosophy of grammar] / per. s angl. V.V. Passeka i S.P. Safronovoi; pod red. i s predisl. B.A. Iliisha. Izd. 3-e, ster. – М.: URSS, Lenand, 2006. – 404 s. [in Russian]