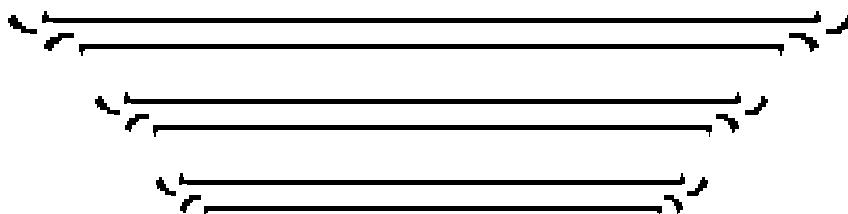


В.С. ГРИГОРЬЕВА, М.К. ЛЮБИМОВА

**ЭЛЕМЕНТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА
НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ**



◆ ИЗДАТЕЛЬСТВО ТГТУ ◆

Министерство образования и науки Российской Федерации
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
"Тамбовский государственный технический университет"

В.С. Григорьева, М.К. Любимова

**ЭЛЕМЕНТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА
НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ**

*Утверждено Ученым советом ТГТУ
в качестве учебного пособия*



Тамбов
Издательство ТГТУ
2006

УДК 366.632:811.112/07
ББК Ш13(рус)-8
Э53

Рецензенты:

Доктор филологических наук, профессор
М.Н. Макеева

Кандидат филологических наук
Н.Б. Ершова

Григорьева В.С., Любимова М.К.

Э53 Элементы теории и практики делового дискурса на материале немецкого и русского языков: Учебное пособие. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. 80 с.

Направлено на изучение вопросов делового общения на русском и немецком языках. Изложены основные понятия, аспекты коммуникации в сфере экономического бизнеса, даются дефиниции и классификации делового дискурса, наибольшее внимание уделяется аргументативному дискурсу, как главному представителю деловой коммуникации. Деловой дискурс

рассматривается как языковая и речевая единица, обладающая специфическими чертами в организации своего содержания.

Предназначено для слушателей президентской программы по подготовке управленческих кадров направлений «Финансы» и «Менеджмент».

УДК 366.632:811.112/07
ББК Ш13(рус)-8

ISBN 5-8265-0497-8

© Григорьева В.С., Любимова М.К., 2006
© Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2006

Учебное издание

ГРИГОРЬЕВА Валентина Сергеевна,
ЛЮБИМОВА Мария Константиновна

ЭЛЕМЕНТЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

Учебное пособие

Редактор И.А. Денисова
Технический редактор М.А. Евсейчева
Инженер по компьютерному макетированию М.Н. Рыжкова

Подписано к печати 31.05.2006.
Формат 60 × 84/16. Бумага офсетная. Печать офсетная.
Гарнитура Times New Roman. Объем: 4,65 усл. печ. л.; 4,52 уч.-изд. л.
Тираж 100 экз. С. 268^М

Издательско-полиграфический центр
Тамбовского государственного технического университета
392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1 РЕЧЕВОЕ ОБЩЕНИЕ	6
Глава 2 АРГУМЕНТАТИВНЫЙ ДИСКУРС	26
2.1 Убеждение одна из форм аргументации	31
2.2 «Предложение» и «совет» как речевые стратегии аргументативного дискурса	31
2.3 «Предупреждение» и «угроза» как речевые стратегии аргументативного дискурса	39
Глава 3 ОТВЕТНЫЕ РЕЧЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ	43
3.1 Согласие	44
3.2 Одобрение	50
3.3 Разрешение	54
3.4 Неуверенность	56
3.5 Возражение	59
3.6 Неодобрение	63
3.7 Запрещение	65
3.8 Отказ	66
ДИАЛОГИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА	69
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	76
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	79

ВВЕДЕНИЕ

Переход российской экономики к рыночным отношениям сделал необходимым обучение людей, работающих в сфере экономического бизнеса, эффективному речевому общению, способствующему успеху их дела. Общеизвестно, что одной из центральных составляющих человеческой деятельности является коммуникация. Еще М.М. Бахтин определял сущность человека через диалог, понимаемый как качественное взаимодействие личностей, основанный на понимании и сводящийся к "персональной ответственности" и "участности". Сущность человека раскрывается именно во внутреннем и внешнем общении.

К мотивирующим общественным целям изучения особенностей коммуникативного процесса следует отнести потребности юридических и физических лиц, менеджмента (в политической и профессиональной) сфере в продуктивном, эффективном общении. Этим обусловлен также возросший интерес к риторике. Однако в отличие от традиционной риторики объектом изучения в дискурсе является не речь отдельного лица, а дискурсивная риторика, риторика беседы. Успешная профессиональная деятельность большинства специальностей во многом определяется правильной, компетентной организацией деловых отношений, что в свою очередь зависит от грамотной организации, понимания и управления речевой деятельностью. Необходимо развивать навыки понимания и управления диалогом, что является базовой квалификацией для большинства заинтересованных профессий. Научить участвовать в процессах общения, понимать их, влиять на ход ведения беседы – одна из труднейших задач обучения коммуникативной компетенции.

Данное пособие охватывает широкий круг проблем делового дискурса. Необходимость детального дискурсивного анализа диктуется тем фактом, что любой информационный канал нацелен на читателя и/или зрителя, на диалог с ним. В этой связи особое внимание к себе привлекает микросхема коммуникативных интен-

ций участников речевого общения, определяющих иллокутивную силу и перлокутивный эффект. Прагмалингвистический анализ дискурса, опирающийся на понятия успешности и неудачной коммуникации, может служить оптимизации процессов речевого воздействия.

Характеристике речевой коммуникации дискурса как объекту лингвистических исследований посвящена глава 1, где освещаются вопросы дефиниции, типологии, структура речевого общения, описывается моделирование речевого общения, технология и методика ведения переговоров. Так как пособие посвящено деловому дискурсу, то в главе 2 предпринимается попытка анализа и описания аргументативных дискурсивных типов, а также составляющих их речеактовых высказываний и способы их манифестаций на поверхностном уровне. Глава 3 рассматривает ответные речевые действия, такие как согласие, одобрение, разрешение, неуверенность, возражение, неодобрение, запрещение, отказ.

Свою задачу авторы видели не только в изложении теоретических положений, многие из которых являются дискуссионными, но и в выработке навыка анализа. Предлагаемая с этой целью система упражнений позволяет последовательно совершенствовать использование аргументативных и ответных выражений.

Г л а в а 1

РЕЧЕВОЕ ОБЩЕНИЕ

Дефиниция. Одной из центральных задач науки на современном этапе является концентрация усилий разных дисциплин, занимающихся изучением человеческого разума, способного принимать, перерабатывать, хранить информацию о мире, а также передавать ее в процессе коммуникации.

Речевое общение – это первичный социальный процесс. Коммуникация не "обслуживает" какую-то другую деятельность, она не рассматривается как средство для выполнения других задач или как второстепенный процесс, протекающий на фоне другого, более важного действия. Коммуникация – это процесс взаимодействия его участников, направленный на передачу эмоционального и интеллектуального содержания, на изменение деятельности коммуникантов в определенном порядке. Общение рассматривается как своеобразная форма деятельности, как ее определенная сторона, как ее дериват (см.: Андреева, 1980).

В последние годы обучение коммуникативному общению приобрело большое значение, поскольку от эффективности взаимодействия коммуникантов, от умения партнеров правильно организовать и построить диалог во многом зависит успешность проведения переговоров, в деловой практике менеджера заключение сделок, соглашений и договоров. Не случайно многие американские, немецкие и другие западные университеты предлагают своим учащимся обязательные курсы обучения конврсационному анализу и конврсационному общению. Термин "конврсационный" восходит к латинскому *conversatio*, что означает общение. Необходимость

включения в курс "деловая коммуникация" раздела конверсационного анализа обусловлена необходимостью углубить и расширить познания в области технологии проведения деловых переговоров, в том числе переговоров о купле-продаже; деловых совещаний; деловой полемики, собеседований при приеме на работу и увольнении с работы, технологий проведения телефонных бесед и деловой корреспонденции и т.п.

Типология. Речевое общение условно можно поделить на две большие сферы: бытовое, повседневное, непринужденное общение и деловое общение, в сферу которого входит и профессиональное, подверженное более или менее строгим нормам и ритуалам.

В качестве основы разновидностей делового общения в современной жизни выделяются: познавательная, убеждающая или аргументативная, экспрессивная, социально-ритуальная коммуникации (см.: Романов, 1996. С. 16–18). Главной целью **познавательной** коммуникации является передача содержания или информации. Основной вопрос в такой беседе – *что* говорит коммуникант. Говорящий в диалогах познавательного характера может использовать такие вводные реплики как: *Вы конечно уже слышали, в курсе, что ...; Вы уже знаете, что ...; Вас уже проинформировали о том, что ...; Мне поручено проинформировать Вас о том, что ...* и т.п.

Аргументативная или **убеждающая** коммуникация характеризуется оказанием влияния на собеседника. Ее цель – изменить, трансформировать, модифицировать "картину мира" коммуниканта, которая является лишь частью объективной картины ситуации и представляет собой знания, убеждения, веру, эмоциональное и интеллектуальное состояние коммуниканта. Эффективность убеждения, удача или неудача его как интенционального хода отражается в ответной реакции реципиента неречевым действием (или несовершением) действия. Выбор средств речевого воздействия детерминируется в определенной степени характеристиками коммуникативного акта, а также той логической структурой, которую выбирает адресант (подробнее об этом см.: Григорьева, 1999; Васильев, Ощепкова, 2000).

Функция **экспрессивной** коммуникации – выражение и передача чувств, оценок, взглядов, установок коммуникантов. Для такого общения характерно использование междометий, поскольку не всегда можно достаточно адекватно выразить чувства и состояния, духовные и психологические потребности, отношения к вещам, ситуациям, явлениям, поступкам личности. Для выражения основной положительной эмоции – радости, используются такие речевые клише как: *Чудесно! Прекрасно! Великолепно! Замечательно! Потрясающе! Отлично! Вот это класс! Просто превосходно!* и др. Для выражения удивления: *В самом деле? Правда? Неужели? Не может быть! Как же так?* и др. Для выражения возмущения, гнева: *Это возмутительно, неслыханно! Ну, это уж слишком, чересчур! Ну, хватит! Все – баста! С меня довольно!* и т.п.

Социально-ритуальная коммуникация направлена на поддержание норм и обычаев социально-культурного поведения, например, знакомства, поздравления, соболезнования, гостеприимства, установление контакта, прощания, благодарности, извинения и т.п. Речевые действия в таких коммуникативных актах относятся к контактивным. Как следует из названия, этот вид коммуникации наиболее ритуализован. Существуют дискурсивные стандарты социально-ритуальных действий в менталитете и языке каждой национальности.

Следует отметить, что перечисленные типы коммуникации редко встречаются в чистом виде, они могут, и, как правило, сочетают в себе элементы других коммуникативных разновидностей. Ярким примером познавательной коммуникации служат лекции, выступления перед аудиторией, передача новостей по телевидению и радио. Убеждающая, или аргументативная коммуникация сопровождается зачастую изложением каких-либо фактов, событий. Все виды общения сочетаются с несловесной или **невербальной** коммуникацией, куда входят интонация, мимика, жесты, ходы, регламентирующие общение, а также дистанция, организация пространства общения и т.п. План выражения невербального компонента представлен фонацией, кинесикой и проксемикой (см.: Колшанский, 1974; Nöth, 1985; Богданов, 1990; Аристов, 1998). Под **фонацией** понимают такие характеристики, как сила голоса, ее громкость, тембр, ритм и темп речи, высота тона, дикция, а также отдельные аспекты интонации. Фонетические средства участвуют в формировании коммуникативной направленности высказывания, помогают выделить его информационный фокус, передают эмоциональное состояние говорящего, уточняют тип речевого акта (см.: Аристов, 1998. С. 22–23).

Выражение лица, мимика, жестикуляция, визуальная коммуникация (движение глаз, взгляды) относят к **кинесике**. Названные средства также несут большую информационную нагрузку, зачастую не меньшую, чем вербальное сообщение. Функции кинесических средств могут иметь дейктический и контактно-регулирующий характер. С помощью взгляда (пристального, упорного, настойчивого) регулируется участие в коммуникативном обмене информацией. Встреча глазами в начале беседы символизирует установление взаимного контакта. Взгляд может обозначать восхищение, зависть, мольбу, страх, недоверие, презрение и т.п. Движение головы также придает дополнительные смысловые оттенки говорящего и слушающего. Позы и жесты достаточно хорошо описаны в работах А. Пиза (см.: Пиз, 1992).

Под понятие **проксемики** подводят "расстояние между коммуникантами при различных видах общения, их векторные направления", "тактильную коммуникацию (прикосновения, похлопывания адресата по плечу и т.д.)" (см.: Аристов, 1998. С. 25). Расстояние между говорящими, например, в Азии, значительно больше, чем между говорящими европейцами. Однако увеличение дистанции в данном случае не следует расценивать как холодное, безличностное отношение к партнеру, поскольку зоны общения между азиатами определяются поклонами, а не пожатием руки.

К невербальной сфере общения относятся также **силенциальные** акты (коммуникативно-значимые акты молчания) и **акциональные** компоненты (действия коммуникантов, сопровождающие речь).

В последние годы в понятие "коммуникация" включают также "значашее" бытовое поведение – совокупность предметно-бытовых действий людей, получающих в данном обществе, в данной лингвокультурной общности смысловую интерпретацию, и тем самым включающихся в общий коммуникативный процесс и влияющих на поведение и общение людей" (см.: Стернин, 1998. С. 95). Коммуникативное поведение индивидуумов представляет собой реализуемые в коммуникации правила и традиции общения той или иной лингвокультурной общности.

Как вербальная коммуникация, так и значащие жесты, мимика, бытовое поведение нуждаются в "переводе", поскольку они в большинстве случаев национально окрашены, а иногда и вовсе не понятны представителям других народов и культур. Достаточно упомянуть такие факты, как выражение согласия у болгар с помощью покачивания головой из стороны в сторону, что соответствует русскому "нет" и покачивания головой вперед и назад, что является отрицанием, выражением несогласия. Постукивание костяшками пальцев о стол немцами в конце лекции, семинара означает выражение благодарности. Свист публики на концерте имеет прямо противоположное значение в России и на Западе. На Западе – это высшая похвала артиста, в России – выражение недовольства, неодобрения публики, знаком того, что концерт не понравился. В качестве примера разной коммуникативной интерпретации бытового поведения И.А. Стернин описывает ситуацию с подарками в Германии и России. Подаренная хозяйке-немке бутылка вина, убирается со стола, что рассматривается русскими как проявление жадности, скупости; в немецкой же культуре вино в таком случае рассматривается как сувенир (см.: Стернин, 1998).

Взаимоотношение культур, описание коммуникативного поведения – одна из центральных проблем не только современных научных исследований различного направления – этнографии, психологии, социальной психологии, социологии, психолингвистики, теории коммуникации, социолингвистики, паралингвистики, риторики, лингводидактики, но и искусства. Так, фильм Никиты Михалкова "Сибирский цирюльник" акцентирует внимание на многих явлениях и реалиях русской жизни конца XVIII – начала XIX веков, не понятных одной из главных героинь – американке: запой, кулачные бои, обряд прощения на масленицу, понятие чести и дружбы у юнкеров и др. Незнание норм коммуникативного поведения русских, психологических особенностей русской души явились причиной, из-за которой главная героиня фильма терпит поражение в личной жизни.

Моделирование. Моделирование речевого общения является одной из наиболее сложных операций. В существующих моделях коммуникаций предпочтение отдается либо коммуникации, либо информации. **Кодовая модель коммуникации** отдает предпочтение информации.

Эта модель коммуникации (рис. 1) демонстрирует возможность передачи и декодирования информации на другом конце цепочки. Однако эта модель не предусматривает декодирование смысла высказывания.

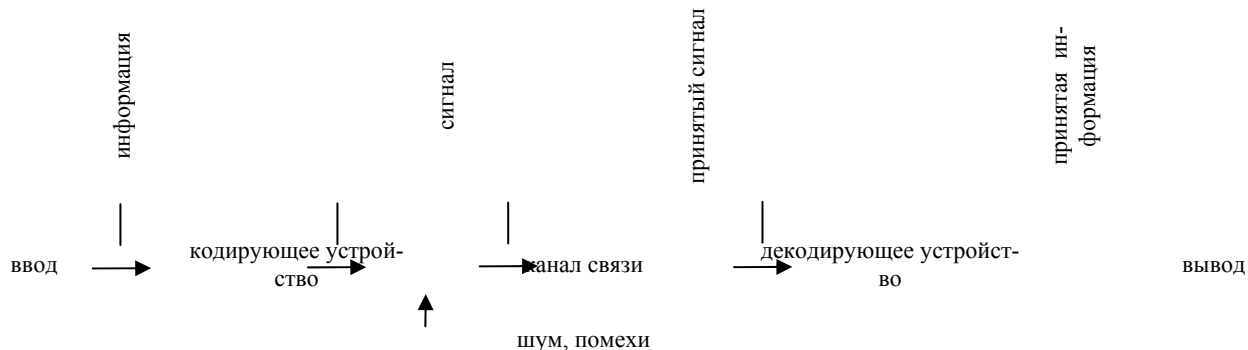


Рис. 1 Модель коммуникации

Общение заключается не только в передаче какой-либо информации, но и в передаче смыслов. Социальный мир коммуникантов возводится во взаимных, обоюдно направленных актах изложения и интерпретации смыслов. Например, если говорящий сообщает о том, что сегодня хорошая погода, вполне возможно, что его высказывание является предложением пойти погулять. Эти проблемы, проблемы семантико-прагматического характера пытается разрешить **инференционная модель коммуникации**. Инференционная модель использует в качестве своего функционального основания принцип выводимости знания. В кодовой модели говорящий намеренно отправляет слушающему некоторую мысль. В инференционной модели говорящий, вкладывая "свой смысл" в высказывание, трижды демонстрирует свои интенции (намерения): он намерен произнесением высказывания вызвать определенную реакцию в аудитории, он хочет, чтобы слушающий распознал его намерения, чтобы распознавание намерения явилось основанием или частичным основанием для реакции.

Интеракционная модель коммуникации в качестве главного принципа выдвигает взаимодействие, помещенное в социально-культурные условия ситуации. Эта модель учитывает значительно большее число факторов коммуникативного общения, поскольку не только языковые структуры, но и вся коммуникативно-обусловленная социальная практика объясняет природу формирования смыслов в общении. Данная модель помещает в центр внимания аспекты коммуникации как поведения. (Более подробно об идейных источниках названных моделей см.: Макаров, 1998).

Единицы. Определение правил эффективного речевого общения невозможно без основательного конверсационного анализа.

Конверсационный анализ – молодая частная лингвистическая дисциплина, имеющая сравнительно небольшую историю. В Германии она представлена с 1976 года публикациями, показывающими, по мнению В. Бетхера, ее происхождение из трех источников: исследований разговорного языка, теории речевых актов и этнометодологии (см., например, труды Д. Вундерлиха, Г. Шенка, В. Кальмайера). В качестве других названий этой лингвистической дисциплины фигурируют конверсационный анализ, анализ диалога, анализ разговора. Диалог был первичной формой вербального общения. Обращение языковедов к диалогу как главной форме функционирования языка помогает лучше понять деятельностную природу языка, его социальную сущность, его тесную связь с личностными факторами, его антропоцентризм.

Представляется, однако, что *диалог* – основная форма речевого общения. Для анализа коммуникации в целом более верным термином является *дискурс*, хотя в цепочке перемещения исследовательского фокуса, характерного до XX века дрейфа лингвистики дискурс предшествует разговору. Ср.: слово – предложение – текст – речевой акт – дискурс – разговор (А.А. Сусов). Дело в том, что диалог, разговор – понятия несравненно более узкие, чем дискурс, ибо дискурс, несмотря на его неоднозначную трактовку, помимо изучения собственно языковых средств (номинативных, синтаксических, морфологических, системно-интонационных) конструктивно репрезентирующих диалог, позволяет произвести анализ социолингвистических, психолингвистических, этнолингвистических факторов, авербальных средств, играющих немаловажную роль в организации речевой деятельности. Во-вторых, дискурс включает не только диалогическую, но и полилогическую форму общения. В-третьих, дискурс в форме монологического дает возможность проанализировать свернутый диалог, что немаловажно при обучении передачи содержания или пересказу диалогической речи. В-четвертых, дискурсивный подход предполагает поэтапное обучение речевому общению.

Так, на первом этапе беседы информационного фатического типа адресант должен хорошо представлять себе то, о чем он хочет говорить, уметь составить фреймовую схему беседы, в традиционной методике этот принцип близок ситуативному, однако не идентичен ему. Речевая деятельность говорящего и слушающего, воплощенная в дискурсе, моделируется в виде фреймов, концептуальных и прототипических моделей как когнитивно-семантические структуры, которые лежат в основе дискурса и направляют поведение коммуникантов. Фреймовая ситуация формируется представлениями о прототипической ситуации и ее элементах, имеющих фиксированные роли и положения. Под *фреймом* понимается совокупность элементов ситуации или модель ситуации. Фреймовый подход дает возможность увидеть, как семантическое целое складывается из семантических компонентов, из более элементарных смыслов. Их последовательное открытие представляет собой иерархическую структуру. Фреймовая координата дискурса описывает область содержательной интерпретации знака, передающую отношение знака и его мыслительного эквивалента (значения) и несущую в себе совокупность знаний о мире через установленную в социуме систему понятий и категорий о нем.

Сценарный фрейм представляет собой типовую структуру некоторого события или ситуации. В соответствии с этим можно различать ситуативный и событийный фреймы и аналогично репрезентирующие их дискурсы. Уже на данном этапе следует учитывать особенности ментальных процессов мышления каждого этноса. Зачастую главенствующую роль в речевой коммуникации имеет прагматическая установка, то есть цель осуществляемой речевой коммуникации. В таком случае адресант выбирает необходимую ему информацию, наиболее эффективно воздействующую, по его мнению, на адресата с целью достижения необходимого перлокутивного эффекта, ответных вербальных или авербальных действий адресата. Например, описание фреймовой ситуации "хорошая летняя солнечная погода" может осуществляться с различной коммуникативной интенцией:

- 1) выражать эмоциональное состояние адресанта, быть предметом восхищения;
- 2) быть основой имплицитного директивного высказывания – дискурса, предложением или просьбой пойти погулять, на речку, выбраться на природу или дачу в зависимости от пресуппозиций, лежащих в основе разговора;
- 3) явиться предметом заполнения коммуникативных лакун в дискурсе.

Так, в ряде стран, например Германии, беседа о погодных условиях рекомендуется в качестве одного из предьядерных конструкторов непосредственного тематического делового общения.

Дискурс, как новое языковое явление, вызвал ряд дискуссий и разногласий по поводу дефиниции самого понятия. В лингвистической литературе выделяются три подхода к определению данного понятия:

- 1) как "два или несколько предложений, находящихся друг с другом в смысловой связи" (В.А. Звегинцев);
- 2) как всякое "употребление языка" (Р.О. Якобсон);
- 3) как высказывание, в котором осуществляется взаимодействие формы и функции (Д. Шифрин).

Отсутствует также единая точка зрения на соотношение *дискурс*, *текст* и *речь*. Их разграничение зачастую происходит по линии письменный текст и устный дискурс, что "неоправданно сужает объем данных понятий" (М.Л. Макаров). На наш взгляд, дискурс, как языковая единица, выше уровня текста и значительно сложнее организована, так как она включает в себя прагматические, этические, этнические, социальные, психолингвистические и другие моменты. Дискурс имеет как письменную, так и устную форму.

Диалогический дискурс в устной форме обогащается в значительной мере всевозможными авербальными средствами, удельный вес которых в передаче коммуникативного намерения говорящего и осуществления его стратегической линии может быть значительно выше вербальных средств. В качестве примера можно привести беседу о пьесе "Мученическая кончина", которую ведут Гойя и маркиза де Вильябранка в романе Л. Фейхтвангера "Гойя, или тяжкий путь познания": – *Как понравилась вам пьеса и исполнение, дон Франсиско? – спросила она. – Не могу себе представить, чтобы королева Мария-Антуанетта говорила так, – ответил он. – Если же это верно, то я меньше скорблю о ее смерти. Маркиза улыбнулась. – Все-таки жаль, – сказала она, – что не присутствовали их величества. Что-то лукавое звучало в ее тоне; она бросила на него выразительный взгляд*

своих красивых глаз, легкая усмешка чуть тронула ее большой рот с тонкими губами. И он тоже улыбнулся и подумал о том, чего не досказала маркиза: испанские Бурбоны, надо полагать, пережили бы не очень приятные минуты, если бы целый вечер слушали о том, что приключилось с головами их французских родственников" (Л. Фейхтвангер).

Для осуществления коммуникативного намерения говорящий должен не только знать, что сказать. Не менее важно как сказать, выбрать те вербальные и невербальные средства, которые были бы уместны, наиболее эффективны в данной ситуации. Наиболее простой задачей является построение грамматически правильно оформленных высказываний. Этому способствуют в совершенстве разработанные грамматики каждого языка, наличие всевозможных словарей. Дискурс же, как новая лингвистическая дисциплина, находится еще в стадии становления. Разумеется, как в сознании говорящего, так и в сознании слушающего, существуют когнитивные образы отдельных ситуаций, представленных в лингвистической литературе в терминах фреймов, сценариев, прототипических моделей и т.п. Однако в большинстве случаев говорящий пользуется ими, как и основными правилами кооперации, разработанными П. Грайсом, неосознанно.

Научить и помочь наиболее эффективно использовать языковые средства призвана грамматика дискурса. В этом плане она имеет сходные задачи с риторикой. Лингвистический и риторический анализ речи одинаково опирается на внеязыковые моменты, что и сближает названные науки. Прагматическая установка, социально-ролевая распределенность коммуникантов, их психологическая имманентная и перманентная сущность определяют выбор упаковочного материала, иными словами, формы языковой репрезентации.

Языковая манифестация беседы обуславливается коммуникативной заданностью, социально-ролевыми установками, психологическими факторами. Иначе говоря, необходимо четко представлять, зачем, с какой целью адресант вступает в коммуникацию. Эффективность речевого воздействия напрямую зависит от избранных стратегий и языкового материала.

По аналогии с членением предложения Шарлем Балли на диктум и модус Н.И. Формановская выделяет в дискурсе пропозитивную часть и субъективные компоненты, понимая под модусом комплекс субъективных смыслов, эксплицитно или имплицитно выраженных в высказывании: *Я считаю, что ...; Думаю, что ...; Я вас уверяю ...; Видимо ...; Как вы догадываетесь ...; Хотелось бы подчеркнуть ...* и многое другое (см.: Формановская, 2000. С. 59). При этом следует заметить, что субъективная или модусная часть дискурса зачастую играет первостепенную роль.

Предельной единицей анализа дискурса является **высказывание**. В результате процедуры сегментации дискурс предстает перед исследователями как последовательность предельных сегментов, представляющих собой некоторые минимальные высказывания и обладающие относительной смысловой самостоятельностью в составе данного. Высказывание предназначено "по сути своей для передачи мысли и устроено специально для объективации определенной структуры отношений" (см.: Кубрякова, 1986. С. 116).

Компонентами дискурсивного высказывания являются говорящий (или адресант) и слушающий (или адресат) во всей полноте социальных и психологических ролей, фоновых знаний и национально-культурных стереотипов, мотивы и цели сообщения, интенции адресата, его оценки, эмоции, отношение к действительности (см.: Формановская, 2000). Если высказывание является основной единицей дискурса в обобщенном понятии, то основной единицей диалогического дискурса или речевого общения является **речевой акт**, термин, заимствованный из прагмалингвистики. В терминологии некоторых исследователей речевой акт и коммуникативный акт отождествляются. По всей видимости, **коммуникативный акт** – более широкое понятие. Это основная единица коммуникации. И как речевое общение является составной частью коммуникативного, так и речевой акт следует считать одним из компонентов коммуникативного акта. Средой обитания речевого акта является диалогический дискурс. Под речевым актом следует понимать речевое действие адресанта, направленное адресату с целью реализовать свою интенцию, информировать или воздействовать на адресата. В дефиниции коммуникативного акта к вышеприведенному определению следует добавить неречевые действия, невербальное сопровождение, включая коммуникативное поведение говорящего.

В анализе последовательностей речевых актов разграничиваются следующие понятия:

- 1) "очередной **речевой ход**", который связан обычно со сменой коммуникативных ролей;
- 2) "**речевой шаг**", понимаемый как одно высказывание или ряд высказываний в пределах одного речевого хода. Речевые шаги не изолированы друг от друга, а объединены сетью коммуникативных связей.

Речевой шаг может сопровождаться произнесением высказываний, служащих поддержанию речевого контакта между собеседниками и ведущих к смене или сохранению речевого хода. Такие высказывания именуется **метакоммуникативными** сигналами. Метакоммуникативные сигналы неинформативны в содержательном плане, они не вносят ничего нового в содержание общения, а служат целям успешного осуществления коммуникативного сотрудничества. Успешность коммуникативного акта в немалой степени определяется умением его участников установить и поддержать контакт, направить разговор в нужное русло, завершить беседу. Важную роль при этом играет знание и успешное применение метакоммуникативных высказываний.

Метакоммуникативные сигналы могут исходить как от говорящего, так и от слушающего. В соответствии с этим контактоорганизующие языковые средства делятся исследователями, как правило, на две большие группы: на инициативные реплики говорящего и на средства речевого контакта, исходящие от слушающего, призванные показать, что адресат принимает речевые сигналы говорящего. При этом и те, и другие сигналы могут быть направлены либо на сохранение за говорящим речевого хода, либо на смену речевого хода. Существующие классификации метакоммуникативных высказываний затрагивают также аспекты установления, поддержания и размыкания речевого контакта (О.Г. Почепцов), в числе частных стратегий речевого поведения слушающего:

- 1) стратегию проявления согласия;
- 2) стратегию заинтересованности;
- 3) стратегию верификации;
- 4) стратегию побуждения говорящего к пролонгированию речевого хода;
- 5) стратегию повторов и переспросов (Т.Д. Чхетиани).

Анализируя типы метакоммуникативных актов, выделенных в работе М. Стабз "Discourse Analysis" (привлечение или поддержание внимания, его демонстрация; контроль "количества сказанного"; проверка или подтверждение понимания; подведение итогов или обобщение; определение, перефразирование; редактирование; коррекция; уточнение темы), М.Л. Макаров называет наиболее значительными метакоммуникативными категориями контакт и канал, где учитывается и характеристика носителей знака: звук или письмо, их физические особенности, технические средства коммуникации (см.: Макаров, 1998. С. 142).

В метакоммуникативных элементах дискурса находят также воплощенные такие категории как тип общения, тип дискурса, социальные-речевые и межличностные отношения, нормы общения и др.

Метакоммуникативные элементы, регулирующие норму общения, могут быть направлены на стиль речи и тональность общения: *Не повышай голоса! Говори потише! Как ты смеешь со мной так разговаривать? Помни, с кем ты говоришь!* Метакоммуникативные элементы, отражающие качество и пропозициональную установку сообщения, подчеркивают релевантность и уместность речи в рамках дискурсивной темы: *Об этом мы не будем говорить! Не будем об этом! Не сейчас!* и др. К числу формальных метакоммуникативных элементов относятся маркеры начала, структурирования и окончания дискурса, элементы редактирования: *Послушайте! Простите, можно Вас спросить? Внимание! Да, я слушаю. До свидания. Короче.* и др.

Метакоммуникативные функции выполняют разнообразные элементы дискурса: фонетические, грамматические, лексические: интонация, личные местоимения, междометия и частицы, обращения и контактные формулы приветствия и прощания, различные синтаксические типы предложений и самостоятельные метакоммуникативные ходы и обмены.

Для номинации речевого шага используется также понятие "реплика". **Реплика** понимается как слова одного из собеседников, ограниченные речью другого или иным маркером. Таким образом, как речевой шаг, так и реплика ассоциируются с высказыванием и являются основными коммуникативными единицами и строевыми единицами диалогического дискурса. Различают реплику-стимул и реплику-реакцию. Минимальный блок реплик или последовательность речевых шагов именуется как **диалогическое единство, последовательность речевых шагов и речевые цепочки**. Речевые шаги вплетены в сеть коммуникативных обязательств: приветствие требует ответного приветствия, упреки обязывают к оправданию, за сообщением о печальных, горестных событиях следуют утешения. Эти обязательства ритуализованы. Их ритуализованность национально окрашена. Речевые цепочки группируются в **дискурсные фазы**. Так, обязательными дискурсными фазами являются: установление контакта, фаза открытия коммуникации, ядерная фаза и фаза окончания, завершения беседы.

Структура. Диалог является главной формой функционирования языка, равно как и первичной формой вербального общения. Языковеды настоятельно подчеркивают необходимость построения диалогических систем, моделирования диалогических процессов и ставят перед лингводидактикой задачу обучения диалогическому общению. Рекурсивность правил общения позволяет прогнозировать диалог и управлять им. "Именно этот факт делает весь разговор привлекательным для участников, которые хотят достичь определенных коммуникативных целей с помощью коммуникативного процесса" (см.: Аристов, 1999. С. 9). Помимо диктумной и модусной частей необходимо выделить также конверсационные правила организации дискурса (правила мены коммуникативных ролей, взятие речевого шага, конститутивные, метакоммуникативные, фатические и дидактические компоненты дискурса).

Описание и обучение коммуникативному общению включает также невербальное коммуникативное поведение – совокупность правил и традиций, регламентирующих ситуативные условия общения. Структура невербальных компонентов по аналогии со структурой высказывания, предложенной И.П. Сусовым, представляется в виде трех планов: плана выражения, трансляционного плана и плана содержания (см.: Аристов, 1998). К плану выражения, или экспонентному стратуму, относят: фонацию, кинесику и проксемику.

И, наконец, при обучении правилам коммуникации на иностранном языке необходимо знакомство с доминантными особенностями общения того или иного народа, которые проявляются во всех или в большинстве коммуникативных ситуаций.

Одной из центральных проблем современной теории конверсационного анализа является создание модели мены коммуникативных ролей или речевых ходов (нем. Sprechwechsel; англ. turn-taking). Так как коммуниканты могут разговаривать одновременно ограниченно и слушать одновременно могут только одного человека, они должны заботиться о том, чтобы каждый из коммуникантов при учете их статуса, возраста мог получить доступ к речевому средству воздействия. На завершенность речевого шага указывают семантическая и прагматическая законченность, этикетные формулировки, паравербальные сигналы. Разработанная в 1974 г. Х. Саксом, Е. Щегловым, Г. Ефферсоном модель мены коммуникативных ролей, по мнению некоторых лингвистов, несовершенна и лишь условно объясняет реальные процессы мены говорящего и слушающего в диалоге. В качестве одного из вариантов решения этой проблемы выдвигается гипотеза о взаимозависимости аспекта отношения общающихся и техник мены коммуникативных ролей (С.А. Аристов).

Техника. Коммуникация состоит в нормальном виде из чередующихся, следующих друг за другом речевых вкладов, при этом партнер по коммуникации должен признать определенное направление внутри коммуникации. На этой основе Пауль Грайс построил свои конверсационные максимы. Он различает "общепринятые им-

пликации" и "конверсационные или разговорные импликации". При общепринятых импликациях буквально сказанное совпадает с имплицированным содержанием. При конверсационных импликациях имплицитная (скрытая) мысль скрывается за собственно сделанным высказыванием. Отсюда вытекает принцип *кооперации*. Принцип кооперации требует соблюдение следующих максим и постулатов.

1 *Максима количества.*

а) вклад в общение должен быть информативно настолько выдержан, насколько это возможно;
б) речевой вклад не должен быть избыточно информативным, тогда нарушается максима количества и как следствие, происходит потеря времени и замешательство.

2 *Максима качества.*

а) вклад в общение должен быть истинным;
б) никогда не должно быть сказано то, о чем думают, что это фальшиво, неверно, или для чего нет конкретных доказательств.

3 *Максима релевантности.* Каждый вклад в общение должен быть релевантным (важным, существенным, актуальным).

4 *Максима способа.*

а) избегать многозначности и неясности;

б) делать вклады кратко и ясно, не отклоняться от темы. (Более подробно см.: Grice, 1980; Грайс, 1985).

Технология и методика ведения переговоров – наука, имеющая богатое прошлое, чрезвычайно актуальна и в настоящее время. Проблемы структуры, техники ведения переговоров обсуждаются сегодня на всевозможных семинарах по менеджменту. (Приведенные ниже техники и методики ведения переговоров обсуждались на одном из семинаров по проблемам обучения коммуникативному общению в сфере экономики при Геттингерском институте в Москве под руководством Рольфа Роденбека. Для обсуждения были предложены главы из книги: Rolf H. Ruhleder "Management, Wissen, Methoden").

Для успешного ведения переговоров можно использовать известную формулу американской рекламы AJDA, где А – attention (внимание), J – interest (интерес), D – desire (желание), A – action (действие). В применении к переговорам о продаже это значит: вначале привлечь внимание будущего клиента, заинтересовать его собственно своим продуктом и вызвать у него желание купить этот продукт. Цель достигнута, если он переходит к действию, т.е. покупает. AJDA – формула предлагает однако лишь известный каркас техники ведения переговоров. Не менее важными являются средства, в том числе и языковые, используемые при воплощении этой формулы в жизнь. При этом для каждой фразы переговоров характерны речевые клише и выражения с набором определенных грамматических конструкций и конкретным лексическим наполнением.

В переговорах любого вида можно выделить четыре генеральные фазы:

1 фаза – личное приветствие партнера;

2 фаза – деловое введение в переговоры (с психологической точки зрения, критический момент, который должен быть хорошо продуман);

3 фаза – аргументация. Она вытекает непосредственно из второй фазы. Здесь следует изложить преимущества и недостатки, устранить возражения партнера.

4 фаза – достижение собственно цели переговоров, а именно согласие партнера (в случае продажи подписание договора).

Подготовительная фаза. Для ведения переговоров необходимо продумать следующие моменты:

– **ДЕЛОВУЮ ПОДГОТОВКУ: РАЗРАБОТКУ ИДЕИ, СБОР ДОКУМЕНТОВ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВСПОМОГАТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ, КОНСУЛЬТАЦИИ СО СПЕЦИАЛИСТАМИ ИЛИ СОВЕТНИКАМИ;**

– точную постановку цели: полезно точно сформулировать цель и записать ее в блокнот, желательно во время переговоров держать ее перед глазами;

– внешние обстоятельства: собственное или чужое бюро или нейтральное место, атмосферу, время проведения, одежду, закуску или прохладительные напитки;

– установку на делового партнера: нужно обдумать, какую цель он преследует, каковы его интересы, также какова его личная и материальная заинтересованность. Мы заранее должны предвидеть также возражения, которые он может внести и уже обдумать наш ответ и сформулировать его заранее. Оправдал себя метод предварительного мысленного погружения в роль партнера;

– и еще одно не менее важное: никакого страха перед переговорами, волнение здесь естественное явление. Нужно думать о том, что Вы хотите предложить партнеру нечто ценное, и что Вы имели успех ранее в более трудных случаях. Хорошая подготовка приносит определенное успокоение.

Начало разговора. Здесь идет речь об особой критической фазе. Первое впечатление всегда решающее, от него может зависеть дальнейший успех. Здесь помогут не только хорошее знание дела и специальности, но и влияние собственной личности, убедительное выступление, равно как и одежда (например, светлые краски делают человека моложе и свежее, темные – старше, серьезнее, опытнее), хорошие манеры поведения, сила убеждения и вдохновение, отточенная техника ведения беседы, наглядные и убедительные формулировки, дружелюбный взгляд. Желательно говорить языком партнера. Но нужно остерегаться употребления банальных и высокопарных выражений и не показывать неуверенность. Если партнер не слушает – сделать маленькую паузу. Партнера нужно постоянно называть по имени.

В партнере нужно пробудить чувства, что ему хотят помочь. Необходимо создать положительную атмосферу. Это значит, что надо понять проблемы другого, т.е. меньше говорить, а больше спрашивать, больше демонстрировать, показывать, и этим пробудить интерес у собеседника.

Фаза аргументации. Необходимо постоянно вести разговоры о преимуществах, а не о недостатках. Разумеется, везде есть недостатки, но нежелательно говорить о них сверх меры, необходимо пытаться постоянно переходить на преимущества, они должны быть на первом месте.

Необходимо избегать всякого напряжения, не спорить, а лучше дипломатично уступить и показать понимание ситуации. Итак: не давать жесткого ответа "нет", на первый план выдвинуть согласие, не высказывать энергичный протест, открыто признавать ошибки.

Для ответов на упреки, возражения существуют различные методы, например:

- плюс-минус аргументация: сравниваются взвешивающие преимущества и недостатки;
- переключение: признать возражение, но тут же перейти к преимуществам;
- реверсивный метод, т.е. анализ недостатков с точки зрения их достоинств;
- метод разложения на составные части с помощью схематичного вопроса *почему?*
- метод свидетеля: поставить себя в позицию нейтрального третьего, союзника;
- метод примеров;
- метод практического опыта.

Согласие партнера. Последняя фаза переговоров приносит решение, согласен ли партнер с нашими представлениями. Весь прежний ход переговоров был подчинен только этой цели. Теперь необходимо завершить переговоры уверенно и элегантно. Атмосфера вновь положительная, партнер должен лишиться страха перед принятием решения. Его еще возможное сопротивление нужно ограничить точными вопросами. Все преимущества собрать еще раз воедино.

Для техники завершения переговоров характерны четыре искусных приема:

- метод пробы: "Если Вы желаете с нашим материалом иметь практический опыт, тогда вначале...";
- метод приема предварительного или частичного решения;
- альтернативный вопрос "или-или". Сравните известный пример: "Хотите ли Вы яйцо вкрутую или всмятку?", который не оставляет гостю альтернативы, хочет ли он вообще яйцо;
- выяснить основные вопросы для принятия решения, например: "Какую площадь Вы можете предоставить?" при решении вопроса о размерах мебели.

Если партнер говорит "Да", то переговоры, собственно говоря, закончены, но не закончены отношения с партнером. Поэтому необходимо до конца избегать всякого недоверия. Высшим законом является здесь солидное поведение. Партнер должен и в будущем оставаться партнером, довольным клиентом. Его доверие – наш капитал.

Таким образом, правильное ведение переговоров – это искусство, которому нужно учиться. Чтобы иметь успех, необходимо применять определенные методы в каждой отдельной фазе переговоров.

Диалектика умелых и успешных переговоров. Один капуцин, который любил курить, спросил своего священника, можно ли во время молитвы курить. Ответ был таков: "Если ты молишься, ты должен сконцентрироваться на боге, а не заниматься мирскими наслаждениями". Иезуит, обремененный теми же проблемами, спрашивает, можно ли во время курения молиться. Ответ: "Конечно, это похвально, что ты даже при курении находишь еще время для молитвы". Наглядный пример диалектики. Вести успешные переговоры необходимо всякому руководителю. При этом можно пользоваться старыми испытанными искусными уловками диалектики.

Понятие "диалектика" восходит к греческому *Dialegomai*, что означает беседовать. Примеры искусства беседовать и убеждать, в наибольшей степени, представлены у Сократа в форме вопросов и ответов. Гегель в своей философии также обращается к диалектическому методу. Он работает с понятиями тезис, антитезис, синтез и становится отцом диалектического материализма. Со временем "диалектика" преобразовалась в метод мышления и технику ведения переговоров, которая не стремилась к истине, на первый план здесь выдвигалось достижение собственных целей любым путем, правдой или неправдой.

Сегодня диалектика определяется как "искусство ведения умелых и успешных переговоров". Она неразрывно связана с логикой, с психологией и основами риторики. Целью корректной, безупречной диалектики является склонение собеседника с помощью собственных аргументов на свою сторону. Нужно помнить о том, что собеседник внимательно слушает Вас очень короткое время (45 секунд). После этого концентрация его внимания ослабевает. В какой мере и когда интерес собеседника снова обратится к Вам, зависит от многих факторов. Любой разговор, любая дискуссия, любые дебаты требуют различных тактик и мер их осуществления. Но следующие **предварительные условия** должны быть соблюдены:

- Вы должны быть основательно убеждены в своих собственных высказываниях. Только тот, кто может честно представлять свое мнение, может надеяться на полный успех в переговорах.

- Попытайтесь установить визуальный контакт со своим партнером. Неуверенный взгляд или отвод глаз в сторону на предметы в помещении неизбежно ведут к неудачному исходу дела и могут дополнительно произвести впечатление незаинтересованности. "Борьбу с глазами" Вы выиграете легко, если Вы будете смотреть противнику не в глаза, а между глаз.

- Обдумайте вначале, с кем Вы хотите говорить, к кому хотите обратиться и кого заполучить для своих целей. (Одной из причин проигрыша Никсона на президентских выборах в 1960 году явилось то, что он в важнейших телевизионных дискуссиях обращался не к зрителям, т.е. к своим избирателям, а к Кеннеди.)
- Выберите подходящую одежду, соответствующую этому случаю.
- Покажите своему партнеру свою заинтересованность в поставленной проблеме.
- Оставайтесь спокойными, не поддавайтесь на провоцирование и не позволяйте загонять себя в угол.
- Подавайте себя так, как это соответствует Вашей сущности.

Методы корректной диалектики заключаются в следующем.

1 Попытайтесь добиться расположения собеседника и обратиться к его чувствам. Вы продвинетесь значительно дальше, нежели, если бы Вы обратились к его разуму. Признайте заслуги другого.

2 Согласитесь с ошибками, если они всеобщие известны. "На ошибках учатся", "Всякому свойственно ошибаться". Но попытайтесь заблуждения другого представить особенно отягощающими.

3 Избегайте намеков на правовые средства. Это лишь показывает, что методами корректной диалектики Вы не можете достичь цели. Намеренно неправильные высказывания и обиды Вы можете предотвратить угрозой применения правовых средств.

4 Покажите своему собеседнику его недостающую компетенцию в деловой области: "По прежним высказываниям я должен подвергнуть сомнению Вашу компетенцию по этому делу". Никогда не доказывайте свою собственную эрудицию: "Я это, в конце концов, изучал".

5 Отдайте должное личным усилиям Вашего собеседника. Поставьте себя в его положение и скажите ему, что Вы как раз в этих обстоятельствах действовали бы по-другому. "Мы знаем, что Вы являетесь специалистом по этим вопросам и признаем Ваши заслуги в этой области и как раз поэтому..."

6 Приведите в качестве подтверждения Вашей точки зрения и для обоснования Ваших тезисов отдельные конкретные примеры, но усвойте сами, что примеры Вы приводите для разъяснения, но не для доказательства. Помните, что одним единственным противоположным примером Ваши тщательно построенные переговоры можно разрушить как картонный домик.

7 Полагайтесь на свою логику. Метод дедукции – излюбленный метод доказательств. Например: "Все рыбы могут плавать. Окунь – рыба. Окунь может плавать". Этот вывод, называемый силлогизмом, является правильным в том случае, если первое и второе высказывания истинны.

8 Подчеркивайте общее. Покажите, что Вы по многим пунктам со своим противником едины. Это поможет Вам избежать агрессии и послужит созданию положительной атмосферы. "Я рад, что мы по этому вопросу полностью согласны".

9 Собеседника не интересуют преимущества, которых достигните Вы. Укажите ему, поэтому на те преимущества, которые получит он, приняв Ваши аргументы.

10 Заканчивайте Ваши краткие выступления вопросом. Это ведет при длительном повторе к ослаблению позиций противоположной стороны. "Не так ли?", "Не думаете ли Вы, что ...?". Технику вопросов Вы можете использовать также во избежание провокаций. Добавляйте сюда также частицу "тоже", "также". "Вы тоже не думаете, что ...?" "Вы также не верите, что...". В данном случае речь идет о педагогической диалектике. Дальнейшую помощь может оказать техника повторяющихся вопросов, если на какой-либо определенный вопрос Вы непременно хотите получить положительный ответ. Задайте собеседнику два, три вопроса, на которые он, во всяком случае, должен ответить утвердительно.

11 Попытайтесь представить Ваши аргументы на высоком моральном уровне и обозначьте исходный базис недостижимым для Вашего собеседника.

12 Никогда не выдвигайте общие утверждения, которые легко уязвимы. Выбирайте сравнения, конкретные отдельные примеры и работайте со средствами, рассчитанными на внешний эффект.

13 Выставляйте все аргументы. Запомните, однако, следующий порядок следования. Если у Вас пять аргументов разного значения, никогда не выдвигайте в начало беседы самый сильный, а в конце самый слабый. Самый сильный аргумент должен стоять на третьем месте, а следующий за ним по силе аргумент произносится последним.

14 Заставьте своего противника сконцентрироваться на тематике переговоров.

15 Никогда сами не прерывайте беседу или дебаты. Не используйте стандартных или пустых фраз, а попытайтесь прийти к резюме, приемлемому для обеих сторон.

16 Попытайтесь акцентировать те мелочи, в которых Ваш противник не прав, чтобы основное дело, которое Вы не хотите оспаривать, показалось бесспорным.

17 Переведите мелкие жаргонные слова на литературный язык. Этим Вы завоеуете симпатию слушателей.

18 Если у Вас нет контраргументов, объявите себя некомпетентным в этом вопросе, иначе это будет похоже на капитуляцию с Вашей стороны. "К решению этого вопроса я хотел бы привлечь моего постоянного делопроизводителя, который охотно даст Вам соответствующую справку". Это звучит тем убедительнее, чем выше Ваше общественное положение.

19 Тактика замешательства. Склоните Вашего собеседника дать определение понятиям, которые он использует. Вы установите, как легко привести его в замешательство. Сделайте другие неудобные заключения и докажите тем самым их непригодность. "Если бы даже это было так, ...".

20 Тактика неуверенности. Посмотрите особенно критично и задайте собеседнику неприятные контрвопросы. Выразите также неодобрение средствами кинесики и проксемики (скрестите руки, слегка отклоните корпус назад).

21 Тактика нападения. Оказывайте воздействие на своего собеседника, атакуйте его корректной диалектикой до тех пор, пока он не будет готов к деловой дискуссии.

22 Фразовая тактика. Если не действуют другие методы, то попытайтесь окружить своего партнера красивыми фразами. Поговорите о высоких ценностях, отечестве, родине, великодушии, чести и социальной справедливости. Эти слова редко не действуют на слушателей.

23 Техника передвижения. Выскажите свою позицию по обсуждаемой проблеме позже, выиграйте время встречными вопросами. Излюбленным способом здесь является: "Не могли бы Вы еще раз повторить Ваш вопрос?"

24 Техника молчания. Слушайте и пропускайте мимо все нападки, или впадите в другую крайность: отделайтесь от клиента громкой фразой и неожиданно замолчите.

Таким образом, правильное ведение переговоров – это искусство, которому надо учиться. Их успешное завершение обусловлено применением определенных методов в каждой отдельной фазе переговоров.

Технологии обучения. Перед началом беседы иницилирующий коммуникант должен четко представлять то, о чем он хочет говорить. "Порция" информации, которую адресант намерен сообщить адресату, носит организованный характер. Данный тип знаний репрезентируется в понятие фрейма. Довольно хорошо известна и описана фреймовая структура таких ситуаций как "В магазине", "На почте", "В ресторане (кафе, столовой)", "На вокзале" и т.п. Изучены и описаны методики обучения общению в названных фреймовых ситуациях, разработан необходимый лексический минимум и упражнения с ним, о чем свидетельствуют соответствующие разделы в учебниках по практике речи. Более сложными по описанию, структурированию и обучению являются диалоги, коммуникативная интенция которых заключается в совершении таких речевых действий, как договориться о чем-либо, проинформировать о чем-либо, сделать запрос о чем-либо, объяснить что-либо, растолковать, рекомендовать, запретить, оспорить, предупредить, аннулировать что-либо, выразить сочувствие, похвалиться, сделать выговор, пригласить, успокоить и пр.

Обучение деловому общению может быть построено в несколько этапов. На первом этапе обсуждаются некоторые общие аспекты ведения деловых переговоров. Например: что отличает деловые беседы от других речевых ситуаций, от чего зависит успех переговоров и т.п.

На втором этапе с помощью использования дополнительного текстового материала учащиеся знакомятся с основами, структурой и техникой ведения переговоров. Наряду с вопросами членения дискурса, фаз, обсуждаются языковые аспекты. Здесь вводятся элементы анализа видеофрагментов и транскрипций деловых бесед, нацеленные на сенсбилизацию и рефлексии использования языковых единиц и авербальных средств в типичных деловых ситуациях.

На третьем этапе используются задания типа "клоуз-тест", т.е. незаконченные предложения с выборочным ответом. В качестве вариантов ответа предлагается та или иная формула речевого этикета, соответствующая установке, заданности в незаконченном высказывании. Таким образом, перед коммуникантами ставится задача, создающая условия, адекватные речевым. Примерами речевых задач могут служить такие незаконченные высказывания: *Когда я представляю кого-либо, я говорю...; Когда я хочу спросить о чем-либо, я говорю...; Когда я прощаюсь с кем-либо, я говорю...* В данной ситуации осуществляется принцип параллельного усвоения формы и функции лексических единиц. На этом же этапе может быть поставлена задача моделирования тех или иных пропусков в диалоге.

На следующем этапе используются элементы проблемного обучения, связанные с нормами поведения, с речевым этикетом. И в заключение проводятся ролевые игры, которые служат стимуляции использования всех изученных языковых и неязыковых средств для осуществления успешной коммуникации. Примерами ролевых игр могут быть: заключение контракта на покупку какого-либо товара в зарубежной или русской фирме, обсуждение рекламации, репрезентация своего предприятия и т.п. Здесь активно используются речевые клише, выражения и грамматические конструкции, репрезентирующие обращение, вопрос, аргументацию, просьбу, согласие, несогласие и пр.

При обучении общению в сфере профессиональной коммуникации необходимо научить обучаемых составлять фреймовую схему разговора в соответствии с коммуникативной интенцией, развивать и совершенствовать все виды коммуникативной компетенции: иллокутивной – способности формировать иллокутивные (речевые) акты – попросить, пригласить, представить, запретить, поблагодарить и т.п. – в соответствии с ситуацией общения: социолингвистической – способности оформлять свои мысли с помощью языкового материала, соответствующего данному социолингвистическому контексту; этнолингвистической – способности учитывать в речевых актах культурологические особенности страноведческого и языкового характера; психолингвистической – способности учитывать эмоциональное состояние коммуниканта; дискурсивной – способности организации беседы, овладению техникой мены коммуникативных ролей, способности аргументировать, осуществлять коммуникативное лидерство, избегать коммуникативных неудач; рефлексивной – способности к рефлексии, пониманию цели и смысла высказываний собеседника.

Глава 2

АРГУМЕНТАТИВНЫЙ ДИСКУРС

Аргументация традиционно рассматривается в логике и риторике. При этом логика дефинирует аргументацию исключительно как дополнительное доказательство, средство разъяснения аудитории непонятной мысли. Риторика же видит в ней инструмент достижения консенсуса, способ нахождения взаимопонимания со слушателями. Прагматический подход позволяет рассматривать аргументацию с точки зрения теории речевых актов. "Аргументация – это речевой акт, состоящий из ряда высказываний, которые предназначены для того, чтобы обосновать или опровергнуть выраженное мнение, и направлены на то, чтобы убедить в приемлемости этого выраженного мнения" (см.: Eemersen, Grootendorst, 1983). Прагматическое рассмотрение аргументации как сферы человеческого общения характеризуется двумя подходами: интерактивным и коммуникативным. Коммуникативный аргумент монологичен, а интерактивный диалогичен (см.: Васильев, Ощепкова, 2000). "Эти аргументы различаются посткоммуникативной силой и интра-аргументными характеристиками: коммуникативный аргумент направлен на понимание; он может быть валидным или логически ошибочным, его можно опровергнуть, интерактивный аргумент предполагает принятие рассуждения реципиентом; он может быть продуктивным или непродуктивным, а также бесцельным" (см.: Eemeren, Grootendorst 1983; 1992). Если речь идет об аргументационном процессе, становится очевидным, как близко приближается монолог по своей диалектической структуре диалогу. Сферой применения коммуникативного аргумента помимо диалогического является письменный монологический текст. Наиболее изученным представляется интеракционизм (см.: Eemersen, Grootendorst, 1983; 1992; Willard, 1980). Аргументация рассматривается здесь и как продукт, и как процесс, и связана с конвенциями и регулятивами обыденного диалога. В рамках коммуникативного подхода к аргументу исследуются недиалогические языковые сообщения, здесь не предполагается наличие обратной связи. Интеракция – явление более высокого уровня, чем коммуникация.

Для реализации основных задач воздействия выделяют различные формы аргументации. Анисимова Т.В. называет три такие основные формы: *доказательство, внушение и убеждение*. "Доказательство – понятие преимущественно логическое. Это совокупность логических приемов обоснования истинности какого-либо суждения с помощью других истинных и связанных с ним суждений. Тем самым, задача доказательства – уничтожение сомнений в правильности выдвинутого тезиса. Внушение – понятие преимущественно психологическое. Это навязывание готового мнения адресату путем воздействия на подсознание. Тем самым задача внушения – создать у адресата ощущение добровольности восприятия чужого мнения, его актуальности, привлекательности. Убеждение – состоит из элементов как доказательства, так и внушения. Это значит, что оратор предъясняет как рациональные аргументы, так и эмоциональные, обращается к разуму, но влияет и на чувства аудитории, апеллирует как к истине, так и к мнению слушателей, показывает все возможности, выгоды и преимущества своего варианта решения проблемы, добивается, чтобы аудитория поверила сказанному и восприняла его как руководство к действию" (см.: Анисимова, 2000. С. 18).

Характеризуя явление аргументации, Л.Г. Васильев и Н.А. Ощепкова относят к иллюкативным дискурсивным актам такие логические действия как *объяснение, доказательство, подкрепление гипотезы, выведение следствия*. На их основе строятся перлюкативные дискурсивные акты. Путем объяснения нечто становится понятным для реципиента, путем доказательства достигается убеждение, подкреплением гипотезы реципиент побуждается к принятию гипотезы, выведение следствия заставляет его признать значение утверждения (см.: Васильев, Ощепкова, 2000). Брокрид У. трактует аргумент как совокупность шести свойств. Первое свойство – это наличие умозаключения от уже существующих мнений к новому или дополнительному их обоснованию. Второе свойство – это наличие оснований для такого умозаключения. Третье свойство – это возможность выбора из альтернативных тезисов. Четвертое свойство – разумная степень вероятности вывода: если в нем имеется стопроцентная вероятность, то необходимость в аргументе отпадает, если же степень вероятности низка, то аргумент превращается в догадку. Пятое свойство – наличие желания проверить рассуждение. Шестое свойство – оптимальное соотношение общего и различного в фоновых знаниях собеседников (см.: Brockriede, 1975). К этому следует добавить, что наличие причины также является одним из типичных характерных свойств аргументативных текстов. Цель аргументации – убеждение собеседников в истине.

При аргументационном процессе активно проявляется принцип сосуществования монологичности и диалогичности. Типичный признак монологической речи – выступление одного говорящего в качестве тотального представителя речевого акта – оказывается несущественным внешним критерием, так как аргумент в соответствии с законом силлогизма следует от утверждения к утверждению, чтобы из исходного пункта попасть к цели. Балансирующий акт диалектического способа аргументации может быть осуществлен исключительно одним говорящим. Монолог представляется в этом случае как следствие тематических конфронтаций и решений, сценарный, с одной стороны, механизм логики, с другой стороны последовательностью центрального аргумента. В монологе субъект совмещает роли проponenta и опponenta. Аргумент должен отвечать требованиям приемлемости, релевантности, адекватности и достаточности. "Диалектический характер аргументации заключается в том, что она предусматривает неперемное наличие более одной точки зрения (но не коммуникантов, как того требует диалогический подход), так что аргументирующий должен использовать свои аргументы для опровержения возможных возражений относительно его позиции. Рациональность в аргументации должна быть эксплицитной, т.е. сознаваемой коммуникантами в качестве таковой. Поэтому аргументирующий обязан отве-

чать на возражения и критику, будь они эксплицитны (в диалоге) или имплицитны (в монологе и в диалоге)" (см.: Васильев, Ощепкова, 2000. С. 42).

Простейший аргумент – это пара пропозиций (посылка + тезис). Возникает вопрос: Каким образом осуществляется сцепление отдельных пропозиций? Если внешний образец диалога проявляется как речевой тип коммуникативного обмена, то этот обмен на внутреннем (глубинном) структурном уровне соответствует схеме мотиваций, которую можно сравнить с тема-рематическим членением, когда положению вещей А добавляется высказывание Z, из чего вытекает новое положение вещей А, которое вновь является поводом для нового предиката Y и генерирует с ним вместе тему А. Так как смыслом каждой позиции, каждого высказывания в этом процессе является изменение ситуации, признанной якобы как подлежащей коррекции, можно, следовательно, сделать вывод, что всякая достигнутая таким образом тематическая последовательность представляет собой диалектичную структурную форму (см.: Opitz, 1993). Простейшая форма такой диалектики представляет собой секвенцию (последовательность) вопрос – ответ, которая может распространяться от краткого подтверждения запрашиваемого положения вещей до расширенного интервью. При этом не имеет значения, идет ли здесь речь о разделительных или содержательных вопросах, поскольку как в одном, так и в другом случае ответ осуществляется в прямом соответствии с темой. В чередовании "вопрос – ответ" аргумент риторически поделен на двух говорящих, но истинный обмен мнениями в данном случае не состоится. Кардинальное условие истинного обмена мнениями лежит в утвердительном характере пропозиций. И поскольку обмен мнениями базируется опять-таки на существовании различных пропозиций, он невозможен там, где такой пропозициональной конфронтации нет. Цель аргументации (рациональное убеждение) диктует инфраструктуру аргумента – посылки и вывод, осуществляемые монологично. На второй – диалоговой ступени "аргументация не может быть полной до тех пор, пока аргумент не адресуется не только к положению, которое представлено как вывод, но и к другим положениям" (см.: Johnson, 1987. С. 51). Аргументация осуществляется на основе аргументативных схем или типов рассуждений. Выделяется различное количество таких схем. Наибольшее их количество находим у Д. Уолтона (двадцать пять). Наиболее частотные из них – рассуждения: (1) на основе источников, (2) на основе примеров, (3) на основе стандартов, (4) на основе причины, (5) вербальной классификации, (6) на основе практического опыта, (7) на основе признака, (8) градуальное, (9) презумптивное, (10) на основе обязательств (см.: Walton, 1995). У Д. Энингера и В. Брокрида система оснований базируется на следующих типах рассуждений: на основе причины, признака, примера, аналогии, авторитета (см.: Ehninger, Brock-riede, 1973).

В соответствии с двумя основными формами воздействующей речи (доказательство и внушение) Т.В. Анисимова выделяет два типа аргументов: рациональные и эмоциональные. Рациональные (логические) аргументы используются во всех видах деловой риторики, они включают в риторизированном виде факты, статистику, определения. Эмоциональные (психологические) аргументы составляют основу построения убеждающей речи. Риторическая аргументация строится на топосах. Под топосом понимают мысли, основанные на ценностях и предпочтениях конкретной аудитории. По значению могут быть выделены следующие виды топосов: прагматический (указывает на ценность предлагаемого), эмоциональный (апеллирует к удовольствию), этический (апеллирует к нравственным ценностям слушателей), интеллектуальный (апеллирует к взглядам и убеждениям), эстетический (апеллирует к художественным ценностям). Кроме психологических в риторической аргументации используются такие доводы как: иллюстративный довод, образный довод (сравнения и метафоры), ссылка на авторитет, оценочные аргументы (см.: Анисимова, 2000). Для достижения аргументационных целей коммуникант должен соблюдать правила ведения рациональной дискуссии, так называемый "кодекс поведения". Условием успешной аргументации является классификация ошибок, предлагаемая зарубежными и отечественными исследователями (см.: Eemeren, Grootendorst, 1983; Walton, 1995; Васильев, Ощепкова, 2000; Ощепкова, 2000). Анализируя общие и специфические языковые паттерны для оптимизации эффекта психотерапевтического воздействия, А.Б. Бушев и М.Г. Агкацева называют в качестве одного из общих положений концепции позитивной психотерапии отсутствие директивности в общении, подстройки к пациенту вместо настройки пациента, т.е. отсутствие дидактизма и назидательности. Среди коммуникативных техник, ориентированных на решение той или иной психологической проблемы, названные авторы выделяют следующие: технику жизненного опыта, технику копинг-вопросов ("*Как вы выжили?*"; "*Что помогло справиться?*"), технику фантастических вопросов ("*Представьте себе, что в XXI веке нет алкоголя. Как бы изменилась ваша жизнь!*"), технику трехшагового программирования, технику новых позитивных названий, технику шквальных вопросов, технику "проблема как решение", технику "знаки улучшения" и технику эксплуатации улучшения (см.: Бушев, Агкацева, 1999. С. 37–38).

Аргументативное общение, как и всякое языковое общение подчиняется общим принципам, выделенным П.П. Грайсом (постулатам количества, качества, релевантности и способа, регулирующим соответственно, объем, содержание, уместность и организацию передаваемой информации (см.: Grice, 1975), а также принципу вежливости с его постулатами такта, великодушия, одобрения, скромности, согласия и симпатии (см.: Leech, 1983). При нарушении некоторых постулатов принципа вежливости возникает спор. Здесь также диалектично следуют друг за другом "речь" и "контр-речь", однако четко намеченный обмен мнениями отодвигает на второй план изначально намеченную цель – защищать уже принятую точку зрения и прийти к общему мнению. Следствием этого является ослабление аргумента как генеративной и связывающей силы. Контroversный характер спора, обусловленный различными изначально заданными целевыми точками зрения (установками), имеет тенденцию суживать аргументативную перспективу до наивного дуализма "позитивный – негативный", или "правильный – неправильный", внутри которого не может развиваться истинная диалектика. Диалог превращается вследствие этого в бессмысленный обмен речевыми ходами (репликами), если не все участники осознают необходимость общего аргумента и не поведут себя соответственно этому обязательству. Такое дисциплинированное взаимодействие в пользу совместно преследуемого аргумента можно усмотреть в прототипической речевой форме симпозиума. В его

экспонентной форме, также как в официальных ритуальных ситуациях, таких как праздничные и юбилейные торжества, заложены характерные для них речевые формы чествования. Здесь обнаруживаются структивы, используя которые коммуниканты приходят не только к согласованию центральной темы, но и к общей аргументационной структуре и совместной стратегии. Зачастую такую стратегию (безусловное согласие с аргументативным клише) находят в политическом "диалоге". Здесь, также как и на примере "вопроса" и "ответа", подтверждается истина, что нет диалога без конституента "мена перспективы". В то же время конформистский характер быстротечного, моментального согласия также противостоит осуществлению аргументационного диалогического принципа.

Широко распространенной аргументационной формой диалога является дискуссия. В сущности, она следует диалектической схеме смены мотиваций со своей собственной меной перспективы. Впрочем, обмен речевыми вкладками здесь не оказывается столь необходимым, если мы имеем в виду обычное аналитическое обсуждение, которое допускает, что один единственный актант оспаривает предложенный тезис. Дискуссии также свойственно однозначное следование центральному аргументу.

На наш взгляд, среди форм осуществления воздействия наиболее полной является убеждение. Оно включает в себя такие логические действия, как объяснение, доказательство, подкрепление гипотезы, выведение следствия, внушение. К строящимся на их основе иллокутивным дискурсивным актам относятся совет, предложение, просьба, приказ, угроза и т.п.

2.1 УБЕЖДЕНИЕ ОДНА ИЗ ФОРМ АРГУМЕНТАЦИИ

Рассмотрим убеждение как одну из наиболее полных форм аргументации. Убеждение можно понимать двояко:

1) как "твердую веру в истинность своих взглядов, непоколебимую уверенность в чем-либо, основанную на ясном сознании и глубоком понимании закономерностей объективной действительности и той роли, которую человек играет в коллективе и в общественном производстве" (см.: Кондаков, 1975. С. 622), соответственно как "рационально сформированные и относительно стабильные формы включения субъекта в социальные отношения" (см.: Trojanow, 1990. С. 16);

2) как речевую стратегию коммуниканта, заключающуюся в попытке трансформирования наличного "состояния мира" реципиента, попытке склонить слушающего совершить или не совершить какой-либо авербальный или вербальный акт. Различия в смысловом значении этого понятия наглядно представлены в семантике производных наречий *убежденно* и *убедительно*. *Говорить убежденно* – значит иметь твердые убеждения, веру в первом смысле этого слова, и *говорить убедительно* – значит аргументированно воздействовать на слушателя во втором понимании этого слова.

В данной работе *убеждение* рассматривается во втором смысле, т.е. как один из факторов оформления текста определенной прагматической направленности.

Анализ текстов "убеждающего" характера показал, что выбор средств речевого воздействия детерминруется в определенной степени перечисленными выше характеристиками коммуникативного акта и коммуникантов, а также той логической структурой, которую выбирает адресант. Логическая структура "убеждающих" текстов в основном предопределена тем, что убеждение в сущности является особым информационным процессом, состоящим в передаче соответствующих сведений. Стержнем текстов такого содержания является, главным образом, информация о фактах или их интерпретация, являющаяся, следовательно, информацией о других фактах, прямо или косвенно связанных с данным известием. Поэтому в анализируемых текстах директивные высказывания, смысл которых сводится к фразам: "Делай так" или "Не делай так", "Поступай так" или "Не поступай так" следуют за дескриптивным текстом, т.е. текстом описательного характера, который репрезентируется декларативными высказываниями (о номинации речеактовых высказываний см.: Богданов, 1989) и аргументами, содержащими языковые оценочные единицы.

2.2 "ПРЕДЛОЖЕНИЕ" И "СОВЕТ" КАК РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ АРГУМЕНТАТИВНОГО ДИСКУРСА

В основе аргументативных текстов, как было отмечено выше, лежат побудительные акты. Такие языковые акты синтаксически индексированы модусом императивности. Побуждения – эксплицитны, они имеют отношение к определенным стадиям процесса действий. Говорящий и слушающий находятся в отношениях кооперации, в ходе которых они должны скоординировать свои действия. Побуждения опираются на определенные стадии действий. Этот факт позволил лингвистам говорить об определенной таксономии процесса действий. Так, Й. Ребайн выделяет три вида побуждений:

1) поддерживающие побуждения: предложения, советы, предложения услуг, товаров, рекомендаций и пр. (Vorschlagen, Ratgeben, Anbieten, Empfehlen);

2) регулятивные побуждения: они характеризуются тем, что говорящий в определенной стадии управляет действенным процессом слушающего. Сюда относятся предупреждения, угрозы, ободрения, предостережения (Warnen, Drohen, Ermuntern, Ermahnen);

3) побуждения, инициирующие действия. Это речевые действия, посредством которых говорящий побуждает слушающего совершить определенные действия: просьба, приказ, требование (Bitte, Befehlen, Auffordern) (см.: Rehbein, 1977. С. 316).

Предложение и совет относятся к стадии действий – *планирование*, а именно принятие решений. В существующих классификациях речеактовых высказываний предложение и совет попадают в основной в разряд ди-

рективов. Так, просьбы и предложения образуют в совокупности серлевские директивы (см.: Searle, Vanderveken, 1985), Б. Фрейзер выносит *предложения* в отдельный класс (см.: Fraser, 1975), Ю.Д. Апресян объединяет в отдельный класс и *предложения* и *советы* (см.: Апресян, 1986). Сценарии, лежащие в основе мини-диалогов, *предложение* и *совет* похожи. В грубой схеме ход диалога охватывает следующие три стадии:

1) актант А дает понять актанту В, что он должен сделать действие, но не знает, какое действие он должен сделать;

2) актант В представляет несколько альтернативных планов действий, которые, по его мнению, могут помочь актанту А решить эту дилемму;

3) актант А либо отклоняет, либо принимает предложенные инициативы, подключая ментальный акт "оценка".

Например:

– Also, in Deutschland ist unser Umsatz auch stark gestiegen. Es handelt sich wohl um einen allgemeinen Aufwärtstrend. Wir sollten jetzt besprechen, wie wir hier am Ball bleiben.

– Über dieses Thema habe ich bereits nachgedacht, **und ich kann Ihnen dazu folgenden Vorschlag machen**: Ich habe zwei Spitzenspieler aus der Bundesliga an der Hand, die bereit sind, für unsere Sportkleidung zu werben. Die Bezahlung muss natürlich stimmen, versteht sich.

– Die Geldfrage soll unsere geringste Sorge sein. Bisher haben sich solche Werbeaktionen ja eigentlich immer ausgezahlt.

– Wie wollen wir vorgehen?

– **Ich schlage vor, es folgendermaßen zu machen**: Zuerst sichten wir die Resultate, und dann arbeiten wir unsere Empfehlungen aus.

Схему *предложения* наглядно представляет диалог на вокзале у железнодорожной кассы, когда говорящий спрашивает у кассира о возможных вариантах пути до пункта N и из предложенных вариантов выбирает один наиболее подходящий ему по времени, цене и комфорту, предприняв предварительно оценку альтернативных планов. Важным здесь является то, что говорящий не оказывает давления на слушающего. Например:

Auskunft: Deutsche Bahn Frankfurt, guten Tag. Wie kann ich Ihnen helfen?

Frau Brenner: Guten Tag, ich fahre mit dem ICE von Frankfurt nach München und möchte eine Fahrkarte buchen.

Auskunft: **Fahren Sie einfach, oder hin und zurück?**

Frau Brenner: Hin und zurück, bitte.

Auskunft: **Möchten Sie erste oder zweite Klasse?**

Frau Brenner: Erste Klasse, bitte.

Auskunft: **Möchten Sie auch eine Platzreservierung haben?**

Frau Brenner: Ja, bitte, für die Hinfahrt. Ich fahre am Freitag, dem 14. Juli, um 11.43 Uhr. Muss ich da extra bezahlen?

Auskunft: Nein, wenn Sie mit dem ICE fahren, brauchen Sie für die Platzreservierung nicht extra zu bezahlen. Möchten Sie im Großraumwagen oder im Abteilwagen sitzen?

Frau Brenner: Im Großraumwagen, bitte.

Auskunft: **Raucher oder Nichtraucher?**

Frau Brenner: Nichtraucher, bitte.

Auskunft: **Möchten Sie einen Fensterplatz oder einen Gangplatz haben?**

Frau Brenner: Einen Fensterplatz, bitte.

Auskunft: So, das macht 154 Euro plus 6 Euro ICE-Zuschlag, alles zusammen 156 Euro.

Frau Brenner: 156 Euro, ist gut. Sagen Sie, kann ich die Fahrkarte am Bahnhof abholen?

Auskunft: Ja, Sie gehen zum Schalter für vorbestellte Fahrscheine. Wie möchten Sie die Fahrkarte bezahlen?

Frau Brenner: Mit Kreditkarte. Ich habe American Express.

Auskunft: Gut. Also, sagen Sie mir zuerst Ihren Namen....

Задание 1 Найдите в следующих диалогах и проанализируйте высказывания, которые выражают предложение.

Dialog 1

Rezeption: Hotel Royal, guten Tag.

Frau Lind: Guten Tag, hier spricht Lind von der Firma HML. Ich habe den Namen Ihres Hotels dem Hotelverzeichnis vom Verkehrsamt entnommen und möchte eine Zimmerreservierung machen. Erst mal eine Frage. Wie weit sind Sie vom Hauptbahnhof entfernt?

Rezeption: Das ist nur eine S-Bahn Haltestelle. Zu Fuß läuft man etwa 15 Minuten.

Frau Lind: Gut. Dann möchte ich bitte zwei Einzelzimmer reservieren.

Rezeption: Für wann, bitte?

Frau Lind: Vom 6. bis zum 7. September, also für eine Nacht.

Rezeption: Möchten Sie Bad oder Dusche?

Frau Lind: Lieber Bad, wenn's geht.

Rezeption: Dann muss ich mal schauen ... Es tut mir leid, in der Zeit haben wir nur noch Doppelzimmer frei.

Frau Lind: Ach, so. Nun gut, dann versuche ich's bei einem anderen Hotel. Vielen Dank, auf Wiederhören.

Rezeption: Auf Wiederhören.

Dialog 2

Frau Brett: So, Herr Becker, gehen wir rein.

Herr Becker: Danke schön.

Frau Brett: Bitte schön. Herr Olson kommt in fünf Minuten. Möchten Sie so lange hier Platz nehmen?

Herr Becker: Danke.

Frau Brett: Möchten Sie etwas trinken? Tee oder Kaffee? Wir haben auch Apfelsaft, Orangensaft, Mineralwasser oder Cola.

Herr Becker: Ich möchte bitte eine Tasse Kaffee.

Frau Brett: Wie trinken Sie den Kaffee? Mit Milch?

Herr Becker: Mit Milch, aber ohne Zucker.

Frau Brett: Gut. ... So, hier ist der Kaffee. Möchten Sie auch Kekse?

Herr Becker: Nein, danke. Ich habe keinen Hunger.

Задание 2 Составьте диалоги, в основе которых лежат следующие ситуации.

Situation 1

Information für Partner A

Sie wollen morgen mit der Bahn von Frankfurt/Main nach Berlin fahren. Sie müssen um 16.00 Uhr in Berlin sein. Rufen Sie die Auskunft an, um sich nach Zügen zu erkundigen. Dann kaufen Sie eine Rückfahrkarte 2. Klasse und eine Platzkarte für die Hinfahrt.

Information für Partner B

Sie arbeiten in der Reiseauskunft am Hauptbahnhof Frankfurt/Main. Geben Sie Auskunft über Züge nach Berlin anhand des Fahrplans und der Preistafel.

Frankfurt(Main)Hbf → Berlin Zoolg. Garten
533 km

ab	Zug	Umsteigen	an	ab	Zug	an	Verkehrstage
5.22	IC 657	Erfurt Hbf	8.24	8.31	E 4985	12.54	Mo - Sa
		Magdeburg Hbf	11.05	11.35	IC 545		
5.26	E 3800	Fulda	6.48	7.08	ICE 886	11.08	Mo - Sa
		Hannover Hbf	8.31	8.39	ICE 641		
7.18	ICE 696					12.10	täglich
7.22	IC 655	Erfurt Hbf	10.24	10.31	E 4987	14.54	täglich
		Magdeburg Hbf	13.05	13.35	IC 508		
9.18	ICE 694					14.10	täglich
9.22	IC 653	Erfurt Hbf	12.24	12.50	D 4985	16.21	täglich
		Berlin-Wannsee	15.50	11.35	S		
10.18	IR 2153	Flugh B-Schönef	17.06	17.16	S	18.07	täglich
11.18	ICE 598					16.10	täglich
11.22	IC 651	Erfurt Hbf	14.24	14.31	E 4991	18.54	täglich
		Magdeburg Hbf	17.05	17.35	IC 502		
13.18	ICE 596					18.10	täglich
13.22	IC 559	Erfurt Hbf	16.24	16.50	IR 2200	20.30	täglich
		Berlin-Wannsee	19.50	20.10	S		
14.22	ICE 692					19.18	täglich
15.18	ICE 594					20.10	täglich
15.22	EC 57	Naumburg (S)	19.14	19.33	IR 2202	22.01	täglich
16.22	ICE 690					21.18	Mo - Fr, So
17.18	ICE 592					22.10	täglich
17.18	ICE 592	Braunschweig	20.01	20.47	EC 108	22.54	täglich
19.18	ICE 590					0.10	täglich
23.23	D 1955					6.41	täglich

PREISTAFEL

ICE-Fahrpreise für einfache Fahrt von Frankfurt Hbf. nach: Berlin Hbf.

Fahrpreis	Fahrpreis
2. Kl.	1. Kl.
79,00	114,00

Gewöhnliche Preise für einfache Fahrt

2. Kl.	1. Kl.
51,00	127,00

Bemerkung:
Bei Hin- und Rückfahrt sind die Preise zu verdoppeln.

Situation 2

Information für Partner A

Sie sind Chefassistent/in bei der Firma ABC und betreuen einen Firmen-

besucher, Herrn Manfred Weber. Sagen Sie, Ihr Chef kommt in fünf Minuten. Bieten Sie dem Besucher Erfrischungen an und eventuell Hilfe.

NB Die neue Preisliste ist noch nicht fertig.

Information für Partner B

Sie sind Manfred Weber und besuchen die Firma ABC. Sie haben einen Termin mit dem Chef, er ist aber noch nicht da. Sein/e Assistent/in bietet Ihnen Erfrischungen an. Sie möchten einen Kaffee mit Milch, aber ohne Zucker. Sie essen auch gern einige Kekse. Sie haben folgende Bitten:

- Sie möchten noch etwas Milch haben.
- Sie möchten kurz nach Deutschland anrufen
- Sie möchten die neue Preisliste haben.

Пропозициональная структура **совета** несколько иная, чем структура *предложения*. Актанту А уже известны определенные планы действий, возможно они также и выделены им из других альтернатив действий. Но они кажутся ему равноценными, он не может назвать причины, по которым он одну из этих альтернатив должен предпочесть. У него, таким образом, отсутствуют критерии для оценки этих планов действий. Поэтому стадия принятия решения блокируется в том месте, где оценка должна быть положена в основу определенного плана действий. Эта *оценка* осуществляется актантом в интеракции *совет*. Таким образом, если в *предложении* ментальный акт *оценка* осуществляет актант А, перед которым стоит дилемма выбора, то в интеракции *совет* оценку предпринимает актант В, от которого исходит этот акт. В то время как при *предложении* говорящий знакомит слушающего с тем или иным – дальнейшим планом действий, при *совете* он выделяет, отграничивает один единственный план из всех других альтернатив. Поэтому *совет* для определенной цели и одного говорящего не может быть сначала одним, потом другим. Высказывание совета связывает говорящего с отмеченной им альтернативой как положительной. Актант В оценивает план действий актанта А не только в общем, но также через личные способности слушающего. Это означает, что он кратковременно ставит себя в позицию актанта А. Это проявляется в формулировках типа "*На Вашем месте...*", "*Ich an Ihrer Stelle würde...*". Таким образом, размещение механизма оценки в структуре побудительного диалога является одним из важных критериев разграничения интеракций *предложение* и *совет*.

Также различия *предложения* и *совета* связаны с фокусом альтернативных действий. В диалоге, в основе которого лежит интеракция *предложение* фокус альтернативных действий актанта А довольно узок. Вследствие предложений В он расширяется. В диалоге, в основе которого лежит интеракция *совет*, фокус альтернативных действий актанта А, наоборот, очень широк. Он затрудняется выбрать одну из них. Вследствие советов актанта В фокус альтернативных действий актанта А сужается до нескольких и даже одной из них.

- Ich habe zurzeit einige Schwierigkeiten in meiner Firma.
- Wenn ich dir **einen Ratschlag geben darf: Lass dich nicht unterkriegen!**
- Soll ich die Stelle annehmen (oder nicht)?
- **Ich würde dir nicht dazu raten.**

Как показывают примеры, высказывания совета манифестируются придаточными условными предложениями с союзом *wenn*, глаголами в форме конъюнктив.

- Ich habe gerade meine Kündigung bekommen.
- **Was, du hast deinen Arbeitsplatz verloren? Da musst du dich schnellstens um einen neuen kümmern. Frag doch mal im Nachbarbetrieb nach!**
- Sollte ich auf seinen Vorschlag eingehen?
- **Ich rate dir (auf jeden Fall) davon ab.**

Задание 3 Найдите в следующих диалогах и проанализируйте высказывания, которые выражают совет.

Dialog 3

Kunde: Kann ich bei Ihnen einen Rat über sichere Geldanlage holen?

Beamte: Natürlich, ich stehe Ihnen zur Verfügung.

Kunde: Mir ist schwer, eine ertragreiche und vorteilhafte Geldanlage zu wählen. Was würden Sie mir raten?

Beamte: Zuerst möchte ich wissen, wie viel Geld wollen Sie anlegen?

Kunde: Etwa 500 Euro.

Beamte: Gut. In Ihrem Fall rate ich Ihnen Ihr Geld in Wertpapiere mit festen Zinsen und marktgerechten Renditen anlegen. Es ist eine sichere Anlage.

Dialog 4

Standmitarbeiterin: Guten Tag, mein Name ist Binder. Kann ich Ihnen vielleicht einige Informationen zu diesen Druckern geben?

Besucher: Ja, ich suche einen geeigneten Drucker, aber ich bin nicht sicher, ob ein Tintenstrahldrucker oder ein Laserdrucker für mich geeigneter wäre. Können Sie mich vielleicht beraten?

Standmitarbeiterin: Ja, gerne. Zuerst, wofür brauchen Sie den Drucker?

Besucher: Ich bin Professor an der Universität und arbeite viel zu Hause. Ich habe gerade einen IBM-kompatiblen Personalcomputer gekauft und brauche dafür einen Drucker.

Standmitarbeiterin: Aha. Und was für Texte wollen Sie drucken?

Besucher: Mm, hauptsächlich Routinearbeiten, Referate, Übungsblätter, Briefe, solche Sachen.

Standmitarbeiterin: Müssen Sie Tabellen oder Grafiken drucken?

Besucher: Ja, manchmal.

Standmitarbeiterin: Sie drucken aber keine großen Auflagen?

Besucher: Nein.

Standmitarbeiterin: Die Druckgeschwindigkeit spielt also für Sie keine große Rolle. Was ist für Sie wichtiger, Kaufpreis und Betriebskosten, oder die Druckqualität?

Besucher: Die Druckqualität ist für meine Bedürfnisse eigentlich nicht sehr wichtig, eher der Preis.

Standmitarbeiterin: Aha, und spielt der Geräuschpegel eine Rolle?

Besucher: Was meinen Sie?

Standmitarbeiterin: Einige Drucker sind relativ laut, und das stört manche Verbraucher.

Besucher: Ach, ja, leiser ist natürlich besser, weil ich manchmal am Abend arbeite.

Standmitarbeiterin: Also, wenn Sie herüberkommen möchten ... hier sehen Sie einige Drucker, die für Sie in Frage kommen.

Besucher: Ach, gut.

З а д а н и е 4 Составьте диалоги, в основе которых лежат следующие ситуации.

Situation 1

Information für Partner A

Sie arbeiten für eine Firma, die Drucker herstellt, und vertreten Ihre Firma auf der CeBIT-Messe. Ein/e Interessent/in bittet Sie, ein geeignetes Modell zu empfehlen. Fragen Sie, wofür er/sie den Drucker braucht, dann empfehlen Sie das geeignetere Modell. Erklären Sie die Spezifikationen und Besonderheiten bzw. Vorteile dieses Modells.

Information für Partner B

Sie arbeiten bei einer kleinen Ingenieurfirma. Auf der CeBIT-Messe suchen Sie einen Tintenstrahldrucker zum Drucken von externer und interner Korrespondenz und vor allem technische Zeichnungen auf großformatigem Papier. Ihre Prioritäten sind hochwertige Druckqualität bei Grafik und eine breite Schriftartenauswahl. Fragen Sie eine/n Standmitarbeiter/in um Rat und erklären Sie, wofür Sie den Drucker brauchen. Stellen Sie eventuell Fragen zu dem Modell, das er/sie empfiehlt.

2.5 ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ И УГРОЗА КАК ТЕХНИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ АРГУМЕНТАТИВНОГО ДИСКУРСА

Предупреждение и угроза относятся, как было отмечено выше, к регулятивным речевым побуждениям. Под регулятивными речевыми побуждениями понимаются языковые действия, которые относятся к стадии исполнения. Посредством языкового действия этого типа говорящий хочет принудить слушающего модифицировать текущий процесс действий, приостановить или остановить его (см.: Rehbein, 1977). Акты предупреждения выделяются в отдельный тип в таксономии речевых актов Ю.Д. Апресяна (см.: Апресян, 1986), предупреждение и угроза как промисив и менасив в системе речеактовых высказываний Г.Г. Почепцова (см.: Почепцов, 1981); высказывания угрожающего характера именуется в монографии Е.И. Григорьева как минатив, предупреждения как апеллятивы (см.: Григорьев, 1997).

Структура ситуации **предупреждения** выглядит следующим образом. Адресат находится в процессе исполнения действий. При этом достаточно, что слушающий лишь планирует это действие или может осуществить его в будущем при определенном стечении обстоятельств. В данном случае предупреждение относится к механизму ориентирования, который руководит процессом действий по определенному плану или сопровождает его. Актант В имеет фокус, обусловленный его планом действий. Планируемое актантом В действие попадает в поле контроля какой-либо инстанции или лица, которые, со своей стороны, оценивают это действие негативно, и поэтому разрабатывают план для санкционированных акций (штрафы, лишения премий и т.п.). Актант А, присутствующий на поле действий актанта В, или информированный о его плане, и знающий о том, что это действие оценивается негативно, делает актанту В предупреждение, которое обычно выражается условными высказываниями: если *a*, то *b*. Говорящий убежден, что актант В оценивает свои действия также негативно. В противном случае речь идет о рекомендации. Как правило, предупреждение сопровождается максимами действий из поля ментальных знаний актанта А о стандартных ситуациях, известных ему из общественной практики. Говорящий указывает на последствия, к которым приведет исполнение действий, планируемых актантом В. Актант А имеет к интерактанту В, как правило, кооперативное отношение и одновременно нейтральное или

негативное отношение к санкционированной власти. Кооперативное отношение к актанту В обуславливает то, что говорящий посредством своего языкового действия прерывает на некоторое время процесс действий актанта В или препятствует его начинанию. Языковое действие или жест предупреждения, которые высказывает адресант, имеют своей функцией известить адресата о последующих санкционированных действиях. При этом слушающий расширяет свой фокус в ту область, в которой в его сознании существует план санкционированных действий. Очень часто у слушающего в данном случае наблюдается специфическое колебание, которое свидетельствует о ментальной операции. Фаза расширения фокуса выливается в новое решение. Информация, которая была получена, оценивается, и отсюда делаются практические выводы. Предпринимаются корректирующие действия. Адресат, находясь в процессе исполнения действий, может приостановить эти действия, или в случае их планирования, не начинать их вовсе, попытаться осуществить свой план иным путем. Не исключено также, что адресат может проигнорировать предупреждающее высказывание актанта А. В случае, если действие уже совершено, в предупреждении речь идет о нецелесообразности его повторения.

Высказывания предупреждения на первый взгляд не содержат пропозиций и не референтны. На самом деле это не так. Функция пропозиции анализируемых высказываний заключается в том, чтобы дать информацию о денотативной ситуации, на основании которой будет в дальнейшем предпринят иллокутивный акт. Вопрос о том, имеется ли в данном случае пропозиция или нет, зависит от того, сколько информации содержит ситуативный контекст высказывания. Аппарат иллокуции при предупреждении имеет комплексную функцию и включает три референционных момента: референцию о денотативной ситуации, о фокусе действий слушающего, знания говорящего о способе действий. Все языковые и неязыковые способы выражения, которые могут осуществить процесс этой тройной референции, можно считать иллокутивным актом предупреждения. Следует также отметить, что существуют предупреждения, в которых говорящий ссылается на события, не находящиеся непосредственно в настоящий момент в поле кооперации. Чаще всего ссылка осуществляется на события, имеющие отдаленный пространственно-временной континуум. В анализируемых высказываниях поэтому зачастую фигурируют такие лексические элементы как *oft, ich meine, ich glaube, können, часто, я полагаю, я думаю, может* и т.п. Используются также перформативные глаголы *warnen, предостеречь*.

Таким образом, специфическая функция предупреждения в кооперативной деятельности говорящего и слушающего состоит в том, чтобы повлиять на действия слушающего, информировав его о последствиях происходящих действий в высказывании. Задача пропозиционального акта предупреждение – репрезентировать для слушающего эксплицитно или имплицитно ту часть общих знаний, которая дает возможность сделать вывод о последствиях действий адресата или восполнить информационную лакуну в его знаниях.

Задание 1 Найдите в следующих диалогических единствах и проанализируйте высказывания, которые выражают предупреждение.

- Hast du schon gehört, dass die Arbeit von N. ein Plagiat sein soll?
- Nein. Wer sagt das? Ich warne dich, diese Unterstellung zu verbreiten!
- Kennst du Herrn Müller genauer?
- Ja, ich kenne ihn sehr gut. Ich muss dich vor ihm warnen.

- Sie haben in Ihrer Arbeit einige Jahreszahlen verwechselt.
- Das habe ich noch nicht bemerkt. Danke.
- Sie sollten auf der Hut sein, dass Ihnen das nicht noch mal passiert!

- Ich bin froh, dass es so gut ausgegangen ist.
- Ich auch. Aber lass es dir eine Lehre sein!

- Frau Köhler, haben Sie den Tisch für Freitag Mittag im Restaurant "Vier Jahreszeiten" reservieren lassen?
- Das tut mir leid, Herr Siebert, noch nicht. Aber ich werde das heute noch erledigen.
- Am besten vielleicht sofort! Morgen ist bestimmt schon alles ausgebucht!
- Entschuldigen Sie, aber hier rauchen Sie besser nicht! Sehen Sie das Schild da drüben? Da steht: Rauchen verboten!
- Oh, tatsächlich! Ich muss das wohl übersehen haben. Es war wirklich nicht meine Absicht, Ärger zu machen.

- Achtung, Ronald! Da kommt ein Auto!
- Oh Gott, ... das habe ich gar nicht kommen sehen!
- Also wirklich! Du solltest besser aufpassen!

Структуру **угрозы** можно вывести из структуры предупреждения. Говорящий здесь не пассивный наблюдатель акций слушающего, а обладатель санкционированной власти, способный осуществить наказание за негативно оцениваемое действие слушающего. Актант А находится в процессе исполнения действий. При этом он может: 1) планировать действие; 2) осуществлять действие; 3) пытаться повторить выполненное действие. Названное действие попадает в поле контроля актанта В. Актант В оценивает это действие негативно. Актант В может быть представителем санкционированной власти, полномочным осуществить наказание. Он имеет план действий, альтернативный плану действий актанта А и хочет, чтобы актант В выполнял план, оцениваемый им положительно. Вербальным или авербальным способом он указывает слушающему на существующий альтерна-

тивный план. Высказывание актанта В вызывает у актанта А особый вид смещения фокуса или перефокусировку и приводит его к мониторингу. Решение продолжать свой план действий или отказаться от него и принять план действий актанта В приводит к тому, что называется эпилогом языкового действия. Во всяком случае решение продолжать действие или отказаться от него и приступить к осуществлению плана действий, предложенного актантом А, должно быть тщательно взвешено. Следует отметить, что акт угрозы используется в аргументативных текстах в исключительных случаях, когда коммуниканту не удается осуществить перефокусировку плана действий собеседника с помощью других структуров. Как правило, они редко используются в деловых переговорах, поскольку они по своей сути конструктивны. Угрозе часто предшествует предупреждение.

Зачастую высказывания угрозы не имеют конкретного пропозиционального содержания. Последующие за ними действия неизвестны заранее адресату, тем не менее, вызывают не меньший страх. В названных угрозах употребление придаточных условных предложений в принципе не обосновано и излишне, поскольку действие со стороны адресата уже осуществлено. Здесь эксплицируется вторая часть высказывания, т.е. то, что будет приведен в исполнение акт наказания.

Задание 2 Найдите в следующих диалогических единствах и проанализируйте высказывания, которые выражают угрозу.

- Du willst mir also nicht helfen?
- Nein, ich habe keine Zeit dafür.
- **Das werde ich mir merken! Sicher brauchst du mich auch mal!**

- Wie konntest du das nur machen? Ich begreife das nicht! Das hätte ich nie von dir gedacht!
- Ich weiß auch nicht, ...
- Das kommt mir nicht noch was! Da wirst du mich kennen lernen!

Г л а в а 3

ОТВЕТНЫЕ РЕЧЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ

Дискурс может включать в себя, в зависимости от конкретных условий речевого взаимодействия коммуникантов, от минимального единства, состоящего из речевого акта (реплики-стимула) и ответной реакции на него (реплики-реакции), до более крупных построений, имеющих единую интегративную коммуникативную функцию (см.: Зернецкий, 1988, 1989).

Вследствие этого "... одними из основных коммуникативных и строевых единиц диалогического дискурса являются: диалогическое единство, последовательность речевых шагов и речевые цепочки" (см.: Современные технологии социально-культурной деятельности, 2002. С. 180). Назначение диалогического единства заключается в получении и передаче информации в процессе общения, оно представляет собой сочетание двух реплик, взаимосвязанных в структурно-семантическом плане: реплики-стимула и реплики-реакции.

Реакция в диалогической речи возникает в ответ на реплику-стимул и связана с областями коммуникатора и коммуниканта (*коммуникатор* – отправитель сообщения, *коммуникант* – лицо, которому предназначено сообщение). Поскольку функционирование языка изучается в процессе коммуникации, постольку в центре внимания находится речевой акт, состоящий в том, что коммуникатор произносит определенное высказывание в конкретной ситуации общения с коммуникантом. Коммуникатор использует различные языковые средства с целью речевого воздействия на коммуниканта и таким образом реализует свою коммуникативную задачу. В исходной реплике употребляются специальные слова, которые акцентируют внимание коммуниканта, или же высказывание коммуникатора имеет форму вопроса, побудительной реплики, восклицательного предложения.

Три основных коммуникативно-синтаксических типа начальных, направляющих реплик способствуют появлению реакций согласия и несогласия:

1) реплика-стимул содержит какое-либо сообщение, имеющее конкретное умозаключение говорящего (суждение, мнение, оценку и т.п.);

2) реплика-стимул представляет собой побудительную форму с оттенками требования, просьбы, увещания, мольбы, приказа, совета, предложения, разрешения и т.п.;

3) реплика-стимул включает в себе вопрос с оттенками значений предположения, уточнения, выяснения, удостоверения, предварения и т.д. (см.: Свиридова, 1994. С. 8).

Анализ диалогических единиц указывает на то, что возникновение ответных речевых действий предопределяется коммуникативным содержанием исходного высказывания, программируется им. Коммуникатор рассчитывает на восприятие своего сообщения, на обмен мнениями, на определенную реакцию коммуниканта. Коммуникант, получая информацию, высказывает свое отношение к ней – согласие, одобрение, разрешение, возражение, неодобрение, запрещение или отказ.

3.1 СОГЛАСИЕ

Коммуникативная структура *диалогического единства* (ДЕ) с согласием в деловом дискурсе сводится к следующему взаимодействию: *реплика-стимул* (РС) содержит запрос дополнительной информации ради подтверждения или некоторую информацию, а *реплика-реакция* (РР) выражает подтверждение той или иной информации.

РС в подобных ДЕ, во-первых, может включать в себя не только определенную информацию, но и сомнения говорящего в ее истинности, реальности, объективности. Поэтому она (РС) выражается *вопросительным предложением*, так как вопрос, как известно, предполагает наличие неопределенности, сомнений. Например:

- **Скажите, где находится краситель, на складе?**
- *На складе!*

Как видно из примера, коммуникатор обладает определенной информацией, но не уверен в местонахождении красителя. Свои сомнения он выражает в форме вопроса, на который получает исчерпывающий, подтверждающий ответ. Подобное мы видим и в следующем примере, где коммуникатор не уверен в необходимости поручить руководство отделом рекламы господину Эйферту, выразив свои сомнения также в вопросительном предложении:

- **Was meinen Sie, Herr Direktor, sollen wir Herrn Eiffert die Leitung der Werbeabteilung übertragen?**
- *Da besteht gar kein Zweifel!*

Во-вторых, РС для более деликатного запроса подтверждения может выражаться с помощью *повествовательного предложения*, содержащего специальные компоненты (вводные слова, вставные конструкции и т.п.), которые указывают на наличие сомнений у коммуникатора в правильности или достоверности собственного сообщения. Например:

1) – **Кажется, положительное изменение отгрузок в 5 % и отрицательное изменение себестоимости в 5 % приводит к 50 % изменению прибыли.**

– *Да, по массе, по количеству.*

2) – **Wenn die Aktion gut geplant ist, könnte sie ein Riesenerfolg werden. Ich glaube, bei der momentanen Marktlage ist vor allem der richtige Zeitpunkt entscheidend.**

– *Genau!*

В первом примере сомнение коммуникатора в правильности излагаемой информации передается вводным словом "кажется", а во втором примере – вставной конструкцией "ich glaube".

Весьма многочисленны ДЕ с согласием, где РС, выражена *повествовательным предложением*, содержит достоверную, с точки зрения ее автора, информацию, не нуждающуюся в подтверждении. Например:

- **Я вот точно знаю, что заказывают вышку для изоляции, а она списывается как две вышки.**
- *Правильно.*

– **Ich bin sicher, dass Sie Ihre Schillinge reibungslos bekommen. Normalerweise haben wir ja auch immer genug da ...**

– *Ja, das ist wahr.*

Уверенность коммуникаторов в достоверности, сообщаемой ими информации, как видно из примеров, воплощается во фразах: "Я точно знаю", "Ich bin sicher". В подобных ДЕ подтверждение изложенной информации является для речевых партнеров своеобразным способом налаживания контакта между ними или выражением равенства их мнений по данному вопросу.

В-третьих, мы выделяем также РС с побуждением к действию или побуждением сделать что-либо вместе, которая выражается *побудительным предложением*. Например:

- **Давайте создадим схему, а дальше начнем думать, как ее реализовывать!**
- *Давайте.*

– **Beginnen wir neue Werbeaktion!**

– *Ja, natürlich.*

Примеры показывают, что коммуникаторы призывают к совместной работе с помощью повелительного наклонения 1-го лица множественного числа: "Давайте создадим ..., начнем ...", "Beginnen wir ...".

Согласие – это подтверждение коммуникантом информации, предоставленной ему коммуникатором в процессе, точнее, в начальной реплике ДЕ. Данный вид, как показывают наблюдения, в языке представлен широко и многообразно. Обычно ответная реплика таких ДЕ состоит из утвердительного релятива "да" в русском

языке и "ja" в немецком языке. Благодаря их семантике они способны замещать ответное высказывание, "вместить" в себя одно и даже несколько предложений, "заместителями" которых они выступают в конкретной речевой ситуации. Например:

- *Sollen wir 2 getrennte Anzeigen aufgeben?*
- **Ja.**

В примере согласие коммуниканта, выраженный релятивом "ja", предполагает положительный ответ "Wir sollen 2 getrennte Anzeigen aufgeben".

Часто на месте релятива "да" в РР используются модальные слова, вносящие коннотацию абсолютной уверенности коммуниканта в реальности того или иного факта ("конечно", "безусловно", "разумеется", "действительно", "несомненно", "совершенно верно"; "jawohl", "selbstverständlich", "zweifellos", "wirklich" и др.). Например:

- *Вы согласны, что надо порядок навести?*
- **Конечно.**
- *Später wird die Ware nachgekauft. Sie kann auch telefonisch und anschließend schriftlich bestellt werden.*
- **Jawohl.**
- *Herr Siebert, wäre es möglich, unseren Termin von heute Nachmittag auf morgen zu verschieben? Mir ist etwas Wichtiges dazwischengekommen.*
- **Selbstverständlich.**

Модальные слова "правда", "конечно", "разумеется", "верно"; "natürlich", "stimmt", занимающие постпозицию по отношению к утвердительным релятивам "да", "ja", подкрепляют полную уверенность коммуниканта при подтверждении той или иной информации. Например:

- *Пока мы не определили критерии оптимального плана, мы не сможем даже поставить задачу правильно.*
- **Да, конечно.**
- *Der Umsatz ist im letzten Quartal erfreulich gestiegen.*
- **Ja, das stimmt.**

Данное согласие может быть выражено и без участия утвердительных релятивов "да", "ja" или модальных слов. Как правило, в таких ДЕ ответная реплика содержит частичный или полный повтор РС. Например:

- *Мы еще не определили критерии?*
- **Не определили.**
- **Übernimmt der Käufer die Transportkosten?**
- **Der Käufer übernimmt immer alle Transportkosten.**

Однако наиболее характерной формой построения ответной реплики является соединение утвердительных релятивов "да", "ja" с полным (частичным) повтором РС (1), (3) или модального слова с повтором РС (2), например:

- 1) – *В этом месяце они еще не списывали, но работу уже проводят.*
– **Да, работу проводят!**
- 2) – **Вы подготовили** документы на подпись?
– **Конечно, подготовила!**
- 3) – *Bisher haben sich solche Werbeaktionen ja eigentlich immer ausgezahlt.*
– **Ja, letzte Werbeaktionen haben sich immer ausgezahlt.**

Ответная реплика с утвердительными релятивами "да", "ja" или модальными словами часто может быть расширена дополнительным пояснительным текстом. Например:

- *Ну, а всех амортизация касается?*
- **Да. Для всех одна и та же система.**
- *Gibt es auch Skontoabzüge?*
- **Ja, bei Zahlungen innerhalb 8 Tage.**
- *Herr Hansen, können Sie für uns die Vertragsverhandlungen übernehmen?*
- **Natürlich, ich werde mich gleich mit den beiden in Verbindung setzen.**

Стремление использовать добавочный текст для пояснения согласия объясняется намерением слушающего дать развернутую, относительно точную оценку предмету суждения и, соответственно, быть достаточно правильно понятым. В первом примере на вопрос: "Ну, а всех касается амортизация?" – коммуникант подтверждает этот факт релятивом "да" и разъясняет, что для всех одни и те же требования, т.е. коммуникант считает необходимым не просто согласиться, но и развернуть свой ответ. Также и в остальных вышеприведенных примерах, соглашаясь с высказыванием коммуникатора, выражающим сомнение относительно характеристики предмета речи, коммуникант вводит разъяснительный текст с целью обоснования своего мнения и подтверждения предположения коммуникатора.

Ответная реплика со значением согласия может быть выражена в русском языке застывшей формой "Ну да", в немецком языке – "Na ja" (1), а также эти конструкции усиливают свое значение в сочетании с модальными словами "правда", "конечно", "разумеется"; "natürlich", "wirklich" (2). Например:

1) – *Wie üblich!*

– *Na ja!*

2) – *Так, я предлагаю по 2 денька взять – понедельник, вторник, разобраться всем, а в среду встретиться, чтоб у нас в пятницу были готовы документы.*

– *Ну да, конечно.*

Усилительная частица "na" ("ну"), сочетаясь с утвердительной единицей "ja" ("да"), находится в препозиции, интонационно примыкает к ней (на письме не отделяется запятой) и способствует усилению значения согласия.

В следующих примерах ответные высказывания, несмотря на наличие отрицательной частицы "не" в русском, "nicht" в немецком или слова "нет" и "nein" соответственно, выражают согласие с оттенком неизбежности, полной определенности или неопровержимости, так как исходная реплика тоже содержит отрицание:

– *Вы закачку не можете остановить?*

– *Не могу.*

– *"Колорос" не возьмет этот краситель?*

– *Нем.*

– *Frau Köhler, sind die Unterlagen von Rechtsanwalt Kluge noch nicht da?*

– *Nein, noch nicht, Herr Siebert.*

Наряду с вышерассмотренными примерами, где согласие-подтверждение представлено эксплицитно, нередко согласие представлено имплицитно. В подобных ДЕ нет "ярких" показателей согласия – универсального средства выражения согласия утвердительными релятивами "да", "ja" в русском и немецком языке соответственно, модальных слов, частичных повторов РС и пр. Например:

– *То есть они не входят в цеховые затраты?*

– *Это входит в ресурсы, ... это услуги, которые он оказал своей машиной, это заводские перевозки.*

– *Das hat auch unser Vorstand vor einigen Tagen hervorgehoben. Aber im Produktionsbereich sind dagegen Ihre Gewinne zu niedrig gewesen. Wir haben viel mehr erwartet.*

– *Wir haben etwa 10 Millionen dafür aufgewendet.*

В ПЕРВОМ ПРИМЕРЕ МЫ НЕ ВИДИМ ЯВНОГО СОГЛАСИЯ КОММУНИКАНТА С КОММУНИКАТОРОМ В ТОМ, ЧТО НЕКИЕ УСЛУГИ НЕ ВХОДЯТ В ЦЕХОВЫЕ ЗАТРАТЫ, НО ЧЕРЕЗ ОТВЕТ КОММУНИКАНТА ПОНИМАЕМ, ЧТО ЭТИ УСЛУГИ ВХОДЯТ В РЕСУРСЫ, ТАК КАК ЭТО ЗАВОДСКИЕ ПЕРЕВОЗКИ, Т.Е. КОММУНИКАНТ ПОДТВЕРЖДАЕТ, ЧТО ДАННЫЕ УСЛУГИ НЕ ОТНОСЯТСЯ К ЦЕХОВЫМ ЗАТРАТАМ. ВО ВТОРОМ ПРИМЕРЕ КОММУНИКАНТ, ГОВОРЯ О ПОТРАЧЕННЫХ ДЕСЯТИ МИЛЛИОНАХ, ТЕМ САМЫМ ИМПЛИЦИТНО ПОДТВЕРЖДАЕТ, ЧТО ПРИБЫЛЬ С ПРОДУКЦИИ ОЧЕНЬ НИЗКАЯ, А ОЖИДАЛАСЬ ПРИБЫЛЬ ГОРАЗДО ВЫШЕ.

Задание 1 *Найдите в следующих диалогах и проанализируйте языковые средства, с помощью которых выражено согласие.*

Dialog 1

Interviewer: Was für eine Firma ist die AEG?

Sprecher: Die AEG ist ein führender Elektrokonzern.

Interviewer: Können Sie mir bitte die Firmenstruktur kurz beschreiben?

Sprecher: Ja, die AEG gehört seit 1986 dem Daimler-Benz-Konzern. Daimler-Benz ist eine Holding-Gesellschaft für die vier Unternehmenseinheiten Mercedes-Benz, AEG, Deutsche Aerospace und Daimler-Benz InterServices, oder debis.

Interviewer: In welchen Bereichen ist die AEG tätig?

Sprecher: Die Aktivitäten der AEG umfassen fünf Geschäftsbereiche, und zwar: Automatisierungstechnik, Elektrotechnische Anlagen und Komponenten, Bahnsysteme, Hausgeräte und Mikroelektronik.

Interviewer: Und wie viele Gesellschaften gehören zur AEG-Gruppe?

Sprecher: Zur AEG gehören mehr als 100 Tochter – und Beteiligungsge-
sellschaften in über 107 Ländern.

Interviewer: Wo ist der Hauptsitz der Firma?

Sprecher: Die Hauptverwaltung ist in Frankfurt am Main.

Interviewer: Und hat die AEG andere Standorte in Deutschland?

Sprecher: Wir haben Vertriebsniederlassungen und Fertigungsstätten sowie auch Tochtergesellschaften an 81 Standorten in Deutschland, z.B. in Berlin, in Hannover, in Stuttgart, aber auch in den neuen Bundesländern, z.B. in Dresden.

Interviewer: Und wo sind die wichtigsten Standorte im Ausland?

Sprecher: Die AEG hat Vertretungen, Produktions – und Vertriebsge-
sellschaften in allen wichtigen europäischen Ländern, z.B. in Frankreich, in Spanien, in Großbritannien und auch in Russland.

Interviewer: In Russland auch?

Sprecher: Ja, in Moskau und St. Petersburg. Und im übrigen Ausland sind wir an 147 Standorten vertreten, z.B. in den USA, in Südamerika, Afrika und Australien.

Interviewer: Also eigentlich weltweit.

Sprecher: Jawohl, das stimmt.

Interviewer: Und wie hoch ist Ihr Umsatz?

Sprecher: Unser Gesamtumsatz beträgt zirka 12 Milliarden D-Mark, und wir beschäftigen ungefähr 60.000 Mitarbeiter weltweit.

Interviewer: Das ist interessant. Herzlichen Dank für das Gespräch.

Sprecher: Gern geschehen.

Dialog 2

Büro: Fischer am Apparat.

Herr Cipolli: Guten Tag. Cipolli, Firma Castelli, Bologna. Ist Herr Becker da, bitte?

Büro: Es tut mir leid, Herr Becker ist nicht an seinem Platz. Ich glaube, er ist beim Mittagessen.

Herr Cipolli: Ach so. Könnte ich eine Nachricht hinterlassen?

Büro: Ja, selbstverständlich.

Herr Cipolli: Es geht um die Lieferung unseres Auftrags Nr. 123/b, die gerade eingetroffen ist. Sagen Sie ihm bitte, dass die Maschine defekt ist. Könnte er jemanden vom Kundendienst sobald wie möglich zu uns schicken? Die Sache ist dringend.

Büro: In Ordnung, das sage ich Herrn Becker. Können Sie Ihren Namen wiederholen, bitte?

Herr Cipolli: Ja, Cipolli, Cäsar, Ida, Paula, Otto, Ludwig, Ludwig, Ida. Haben Sie das?

Büro: Ja. Und Sie sind von der Firma Castelli, Bologna?

Herr Cipolli: Ja.

Büro: Alles klar, Herr Cipolli, ich sage Herrn Becker Bescheid.

Herr Cipolli: Danke, auf Wiederhören.

Büro: Gern geschehen, auf Wiederhören.

Dialog 3

Rezeption: Hotel Münchner Hof, guten Tag.

Frau Fritsch: Guten Tag, hier Fritsch von der Firma Dataware, München. Ich möchte bitte eine Reservierung ändern.

Rezeption: Was haben Sie reserviert?

Frau Fritsch: Zwei Einzelzimmer auf die Namen Johnson und Reed von der Firma Communications Controlware vom 2. bis zum 4. Juni.

Rezeption: Und was möchten Sie jetzt reservieren?

Frau Fritsch: Ich hätte gern ein Einzelzimmer und ein Doppelzimmer anstatt zwei Einzelzimmer.

Rezeption: Aber für die gleiche Zeit?

Frau Fritsch: Ja, für die gleiche Zeit.

Rezeption: Einen Moment, bitte, ich schaue mal nach. ... Es tut mir leid, Frau Fritsch, aber in der Zeit haben wir keine Doppelzimmer mehr frei.

Frau Fritsch: Ach, so. Schade. Wie wär's also mit drei Einzelzimmern?

Rezeption: Ja, das geht in Ordnung.

Frau Fritsch: Gut. Könnten Sie mir die neue Reservierung per Fax bestätigen?

Rezeption: Ja, selbstverständlich. Was ist bitte Ihre Faxnummer?

Frau Fritsch: Die Faxnummer ist ...

3.2 ОДОБРЕНИЕ

Одобрение выражается по поводу правильности, верности решения или намерения коммуникатора. Коммуникативная структура ДЕ с одобрением сводится к следующему взаимодействию: РС содержит некое утверждение (1), предложение коммуникатора к коммуниканту (2) или указание на действие (3), а РР – одобрение определенного утверждения, предположения или указания коммуникатора. Например:

1) – **Наши цены на красители должны быть на уровне 95 % от импортных цен.**

– *Правильно. Подготовьте материалы.*

2) – **Мы с дилерами пересматриваем договора и хотим обязательно включить спецификацию продукции.**

– *И делайте, я одобряю.*

3) – **Deshalb wollen wir Ihnen weitere Fertigungsaufgaben übertragen, und zwar die Produktion von Autoradios. Wir stellen sie bisher allein bei der Muttergesellschaft her, wollen aber einen zweiten Produktionsstandort haben.**

– *Das ist eine interessante Idee.*

В первом примере коммуникант полностью одобряет утверждение коммуникатора о том, что цены на красители должны быть на уровне 95 % от импортных цен. Во втором примере коммуникатор предлагает коммуниканту включить в договор спецификацию продукции. В третьем примере коммуникатор указывает на то, что коммуниканту поручается производство автомагнитол на новом месте.

Одобрение – это положительная реакция-оценка на реплику-стимул. Чаще всего ответные реплики данного вида согласия содержат положительные маркеры типа "прекрасно", "хорошо", "замечательно", "правильно"; "gut", "schön", "erfreulich", "richtig", "einwandfrei" и т.п. (примеры 1, 2); эти маркеры могут быть добавок распространены пояснительным текстом (3), которым собеседник обосновывает свое согласие. Например:

1) – *Продажи будут увеличены.*

– **Прекрасно!**

2) – *Dann würde ich diese Paragraphen folgenderweise formulieren: „Die Zahlung für die laut diesem Vertrag zu liefernde Ware erfolgt in EU durch ein unwiderrufliches bestätigtes Akkreditiv, das vom Käufer bei der Bank zu eröffnen ist.“*

– **Einwandfrei.**

3) – *Wir haben gerade beschlossen, dass wir zusätzliches Personal für die Fertigung einstellen. Das gibt uns bald Entlassung.*

– **Das ist erfreulich**, denn wie Sie wissen, hat unser Hauptkonkurrent während der letzten Monate besonders mit seiner kurzen Lieferzeit geworben.

Еще одной распространенной комбинацией языковых средств выражения одобрения в ответной реплике является комбинация выше упомянутых лексических маркеров положительной коннотации ("прекрасно", "отлично", "умно", "хорошо", "gut", "schön", "wunderbar" и т.п.) с союзом "и" в русском или частицей "na" в немецком, которые соответственно могут быть распространены. Например:

– *Ваши указания мы исполним немедленно.*

– **И хорошо!**

– *Hier haben Sie die Verkaufsdaten vom letzten Monat, Frau Berger. Wie Sie sehen, ist der Umsatz um 15 % gestiegen.*

– **Na wunderbar!** Das höre ich gern!

Союз "и" в русском языке и частица "na" в немецком, как мы видим из примеров, в данном случае усиливают выражение одобрения коммуниканта.

Одобрение может быть выражено и без участия "положительного" маркера. Как правило, в таких ДЕ ответная реплика содержит частичный повтор РС. Например:

– *Может, мне самому **взять** под контроль отгрузки на Польшу?*

– **Возьмите**, это лучший вариант.

– *Ich will **unsere Sportkleidungen** in neue Kollektion **aufnehmen**.*

– **Nehmen Sie sie auf!** Das hört sich ja an, als hätten wir gute Karten.

Задание 2 Найдите в следующих диалогах и проанализируйте языковые средства, с помощью которых выражено одобрение.

Dialog 4

Herr Blaue: Blaue, guten Tag.

Herr Nielsen: Guten Tag, Herr Blaue, hier spricht Nielsen von der Firma Guthof. Wir haben heute Nachmittag einen Termin, nicht wahr?

Herr Blaue: Ja, ich erwarte Sie um 14.00 Uhr.

Herr Nielsen: Richtig. Ich komme aus Düsseldorf, können Sie mir sagen, wie ich am besten in Ihre Firma komme?

Herr Blaue: Ja, also, wenn Sie auf der A46 aus Düsseldorf kommen, nehmen Sie die Ausfahrt Wuppertal-Wichlinghausen ...

Herr Nielsen: ... Ausfahrt Wuppertal-Wichlinghausen, ja ...

Herr Blaue: Ja, und dann fahren Sie geradeaus über die erste Ampel. An der zweiten Ampel biegen Sie links ab in Richtung Wichlinghausen ...

Herr Nicken: Also, einen Moment, geradeaus über die erste Ampel und an der zweiten Ampel links ...

Herr Blaue: Ja, richtig. Und dann halten Sie sich immer geradeaus, am Wichlinghauser Markt vorbei, und nach etwa einem Kilometer sehen Sie das Vorwerk-Gebäude auf der rechten Seite. Sie können es gar nicht verfehlen.

Herr Nielsen: ... und das Vorwerk-Gebäude ist auf der rechten Seite. Recht vielen Dank, Herr Blaue, also bis später, auf Wiederhören!

Herr Blaue: Wiederhören.

Dialog 5

Frau Brett: Wie war die Reise, Herr Becker?

Herr Becker: Ganz gut, danke. Wir hatten nur fünf Minuten Verspätung.

Frau Brett: Sehr gut! Und wie ist das Wetter in Deutschland? So schön wie hier?
Herr Becker: Nein, wir hatten schlechtes Wetter.
Frau Brett: Ach, schade! Und ist es Ihr erster Besuch hier, Herr Becker?
Herr Becker: Nein, letztes Jahr war ich zwei Wochen hier im Urlaub.
Frau Brett: Aha. Und wie hat es Ihnen hier gefallen?
Herr Becker: Prima! Wir hatten die ganze Zeit Sonne.
Frau Brett: Das ist gut. Und woher kommen Sie in Deutschland?
Herr Becker: Aus Regensburg in Bayern. Ich wohne und arbeite aber seit vielen Jahren in Hamburg.
Frau Brett: Ach so! Ich war auch einmal in Hamburg. Das ist eine schöne Stadt, nicht wahr?
Herr Becker: Ja, das stimmt.
Frau Brett: So, da ist die Firma, da sind wir schon.

Dialog 6

Zentrale: HML Stuttgart, Grüß Gott.
Frau Lind: Guten Tag, können Sie mich bitte mit Herrn Frey verbinden?
Zentrale: Einen Moment, bitte.
Sekretärin: Müller am Apparat.
Frau Lind: Guten Tag, ich möchte Herrn Frey sprechen.
Sekretärin: Herr Frey ist gerade in einer Besprechung. Kann ich Ihnen helfen? Ich bin seine Sekretärin.
Frau Lind: Ja, vielleicht. Hier spricht Lind von der Hauptverwaltung. Es geht um die Konferenz im nächsten Jahr in Freiburg. Mein Chef, Herr Cook, und ich fliegen in der ersten Septemberwoche nach Freiburg, um einige Konferenzhotels zu besichtigen. Wir möchten gern Herrn Frey besuchen, um die Organisation der Konferenz zu besprechen. Können wir einen Termin vereinbaren?
Sekretärin: Moment bitte, ich schaue mal in seinem Terminkalender nach. Also, in der letzten Augustwoche ist er im Urlaub und kommt erst am Dienstag, dem 5. September, ins Büro zurück. Am Mittwoch, dem 6. September, ist er nur am Vormittag frei, oder am Nachmittag ab 15.00 Uhr. Am Donnerstag, dem 7. September, ist er den ganzen Tag frei.
Frau Lind: Donnerstag passt sehr gut. Geht es um 10.00 Uhr?
Sekretärin: Ja, das geht. Donnerstag, der 7. September um 10.00 Uhr, Herr Cook und Frau Lind. Ich trage es ein.
Frau Lind: Sehr gut, vielen Dank.
Sekretärin: Gern geschehen. Auf Wiederhören.
Frau Lind: Auf Wiederhören.

Dialog 7

Frau Brett: So, Herr Becker, hier ist das Tagesprogramm für Ihren Besuch bei uns. Zuerst sehen Sie einen kurzen Videofilm über unsere Firma, und dann um 11.00 Uhr findet eine Betriebsbesichtigung statt.
Herr Becker: Mit Ihnen?
Frau Brett: Ja, und auch mit Herrn Boltmann, dem Werksleiter. Um 12.30 Uhr essen wir dann zu Mittag.
Herr Becker: Hier in der Firma?
Frau Brett: Nein, in einem kleinen Lokal hier in der Nähe. Um 14.00 Uhr haben Sie ein Gespräch mit unserem technischen Leiter, Herrn Doil. Er erklärt Ihnen alle technischen Aspekte unserer Produkte.
Herr Becker: Gut.
Frau Brett: Und um 15.30 Uhr nehmen Sie an einer Sitzung unserer Marketing-Gruppe teil.
Herr Becker: Da lerne ich die Marketingstrategie besser kennen.
Frau Brett: Ja, genau. Und um 19.00 Uhr gibt es Abendessen mit Herrn Olson und mir.
Herr Becker: Wo essen wir denn?
Frau Brett: In einem netten Restaurant in der Innenstadt. Ist Ihnen das recht?
Herr Becker: Ja, danke, alles wunderbar.

3.3 РАЗРЕШЕНИЕ

Разрешение представляет собой позволение одного собеседника другому совершить что-либо в процессе совещания или переговоров (достичь желаемой цели, сделать определенный шаг, поступить в соответствии со своими желаниями). Коммуникативная структура ДЕ с разрешением в деловом дискурсе сводится к следующему взаимодействию: РС содержит просьбу коммуникатора дать ему разрешение, позволение что-либо совершить, предложение к коммуниканту, а РР – разрешение сделать что-либо.

РС содержит запрос разрешения, который выражается словами: "позвольте", "разрешите", "можно"; "Erlauben Sie ...?", "Kann man ...?". Просьба (заклученная в РС) может оформляться разнообразными синтаксическими средствами: простым вопросительным предложением (1), простым побудительным предложением (2), сложным предложением с придаточным условия (3). Например:

- 1) – ***Kann ich Ihren Prospekt bekommen?***
 – *Natürlich.*
- 2) – ***Разрешите нам поехать в командировку в конце месяца.***
 – *Можно, поезжайте.*
- 3) – ***Если партнер просит комплексную поставку, можно ли ему снизить цену за увеличенный объем?***

– *Можно, можно, конечно можно, и думать нечего.*

Как отмечалось выше, начальная реплика (РС) включает в себе просьбу к собеседнику разрешить говорящему что-либо сделать; в то время как РР – это разрешение, позволение первому собеседнику выполнить, достигнуть желаемого.

Разрешение, эксплицирующиеся в ответной реплике, оформляется побудительным определенно-личным предложением. Например:

- *Я могу проконстатировать вам фактическое качество отгруженной продукции?*
- **Констатируйте.**
- *Kann ich diesen Prospekt sehen?*
- **Sehen Sie!**

В ответном высказывании данного вида согласия часто используется конструкция: слово "можно" в русском языке, в немецком языке словосочетание "man kann" плюс, как правило, в комбинации с модальным словом или утвердительным релятивом. Данная конструкция также может быть распространена. Например:

- *Можно нам в командировку выписать по 2 тысячи рублей?*
- **Можно.**
- *Kann man sehen wie diese Anlage funktioniert?*
- **Ja, man kann.**

Разрешение может выражаться устойчивыми этикетными словами и фразами. Среди них такие, как "пожалуйста", "сделайте одолжение", "окажите любезность"; "bitte", "Tun Sie mir den Gefallen", "Seien Sie so gut" и др. Например:

- *Если мы вам предложим наш разработанный договор?*
- **Сделайте одолжение.**
- *Können wir uns die wichtigsten technischen Daten anschauen?*
- **Bitte.**
- *Erlauben Sie, dass ich diese Dokumente noch einmal durchsehe?*
- **Tun Sie mir den Gefallen!**

Задание 3 *Найдите в следующем диалоге и проанализируйте языковые средства, с помощью которых выражено разрешение.*

Dialog 8

Herr Wenz: Herr Grimm, eine Frage zur Bezahlung. Ich bekomme monatlich 850 Mark, nicht?

Herr Grimm: Ja, richtig. Da Sie einen Angestelltenberuf lernen, bekommen Sie ein Monatsgehalt.

Herr Wenz: Und ist das brutto oder netto?

Herr Grimm: Das ist Ihr Bruttogehalt, aber Sie bekommen noch Wohngeld dazu.

Herr Wenz: Und wie viel ist das Wohngeld?

Herr Grimm: 250 Mark im Monat. Leider bekommen Sie das dreizehnte Monatsgehalt nicht, da Sie nur drei Monate bei uns bleiben.

Herr Wenz: Das 13. Monatsgehalt?

Herr Grimm: Ja, alle Angestellten bei uns bekommen noch ein Monatsgehalt zu Weihnachten.

Herr Wenz: Ach, schade! ... Aber, Herr Grimm, noch eine Frage. Wann bekomme ich mein erstes Gehalt?

Herr Grimm: Am Ende des ersten Monats.

Herr Wenz: Das ist erst in drei Wochen. Könnte ich vielleicht einen Vorschuss bekommen?

Herr Grimm: Natürlich, das ist überhaupt kein Problem. Gehen Sie zu unserer Kassiererin und lassen Sie sich einen Vorschuss geben.

Herr Wenz: Danke schön, Herr Grimm

3.4 НЕУВЕРЕННОСТЬ

Выделяется также и значительная группа ДЕ с выражением неуверенности. Данный вид – это проявление различия мнений собеседников вследствие неуверенности из-за отсутствия у отвечающего тех или иных аргументов во время совещания или в процессе деловых переговоров. Коммуникативная структура ДЕ с выражением неуверенности сводится к следующему взаимодействию: РС содержит определенную информацию или вопрос, а РР – выражение неуверенности коммуниканта с коммуникатором. Например:

- 1) – *Знаете, как надо составлять калькуляции для дилеров?*
– *Наверное, знаю.*
- 2) – *Dann kann das Geld für Sie beiseite gelegt werden.*
– *Ich weiß das wohl.*
- 3) – *Вы соберете совещание по пуску цеха?*
– *Наверное, нет, не вижу необходимости.*
- 4) – *Ich habe Ihnen gesagt, dass wir Ihnen bis Freitagnachmittag einige Muster zur Ansicht liefern würden.*

– *Das ist wahrscheinlich nicht passend. Morgen ist schon eine Lieferung nach Berchtesgaden geplant.*

В первом примере РС – вопросительное предложение, которым коммуникатор выражает предположение и некоторую неопределенность, тем самым, побуждая к ее снятию. В РР коммуникант допускает данное предположение (соглашается), но не снимает неопределенности, так как он не располагает достаточными аргументами, не уверен в правомерности этого предложения. Во втором примере коммуникант не опровергает коммуникатора, но указывает на недостаточность аргументов с его стороны, чтобы полностью принять сообщаемую информацию. В третьем примере РР отрицает данное предположение (содержит несогласие), но не снимает неопределенности ("наверное"), так как ее автор не уверен, он не располагает достаточными аргументами. В последнем примере РР опровергает РС, но, приводя достаточно веские аргументы в своем ответе, второй собеседник все же сомневается ("wahrscheinlich").

Неуверенность – это выражение говорящим его частичной осведомленности относительно предмета разговора или выражение им сомнений в правильности слов, поступков его речевого партнера.

Неуверенность в основном всегда оформляется одинаково. В ответной реплике ДЕ указанного типа обязательно присутствуют слова, выражающие субъективно-модальное значение неуверенности: "кажется", "наверное", "vielleicht", "wahrscheinlich", "möglich", "вероятно", "видно", "по-видимому" и т.п.; модальные сочетания: "по всей вероятности", "по всей видимости", "надо полагать", "можно сказать", "может статься", "aller Wahrscheinlichkeit nach", "allem Anschein nach" и др.; ограничительные придаточные предложения: "насколько я помню", "насколько мне известно", "soviel mir bekannt ist". Например:

- *Почему сегодня сводка в диспетчерском журнале расходится с отчетом склада?*
- **По всей видимости**, кладовщица не занесла своевременно данные в компьютер.
- *Wir stellen also die zusätzliche Forderung, dass die Firma Lang die Kosten für den Monteur übernimmt.*
- **Wahrscheinlich** haben Sie recht.
- *Wir müssen die Firma mahnen, die bestellte Ware sofort zu liefern.*
- **Vielleicht** müssen wir noch abwarten.
- *Herr van Beeken, es geht ja nicht nur um Lieferzeiten, sondern auch um die technische Leistungsfähigkeit unserer Produkte. Hier haben wir bestimmt keinen Vorsprung.*
- **Soviel mir bekannt ist**, ist das nicht so!

Как правило, модальные слова употребляются в комбинации с релятивами "да", "ja" или "нет", "nein", которые могут быть расширены дополнительным пояснительным текстом. Например:

- *Эта краска, по-вашему, лучше?*
- **Да, пожалуй.**
- *Krönmeier hat sicher Vorteile. Die Maschine ist um 10 % billiger und schneller lieferbar.*
- **Ja, es ist möglich.**
- *Вы будете в субботу на работе?*
- **Нет, наверное.**
- *Sie kommen dem ganzen Konzern zugute. Dies muss die Muttergesellschaft wenigstens teilweise ersetzen.*
- **Nein, wahrscheinlich** gibt es noch andere Entscheidungen.

Однако нередко РР состоит только из модальных слов (или модальных сочетаний) указанного типа, замещающих (подобно утвердительному релятиву "ja") развернутую конструкцию ответного высказывания. Например:

- *На таких условиях они должны согласиться!*
- **Пожалуй.**
- *Lange Lieferzeiten schaden uns sehr. Wir verlieren jetzt schon Kunden.*
- **Wahrscheinlich.**

В ответных репликах со значением неуверенности выступают также синтаксически нечленимые единицы "едва ли", "вряд ли", "навряд ли", "schwerlich", "(wohl) kaum" характеризующиеся семантическим признаком неуверенности, проявлением оттенка сомнения, что связано с природой данных компонентов. Например:

- *Вы можете организовать рецептирование по сменам?*
- **Едва ли**, у меня два химика на больничном.
- *Вы будете проверять мой отчет?*
- **Вряд ли**, не вижу смысла.
- *Unser langjähriger Hauptkunde in den Niederlanden hat gerade ein Angebot der Konkurrenz erhalten.*
- **Wohl kaum!**

Задание 4 Найдите в следующих диалогах и проанализируйте языковые средства, с помощью которых выражена неуверенность.

Dr. Wagner: Herr Büttner, mit der neuen Maschine, die Sie vor kurzem in unserem Werk Diepholz installiert haben, sind wir nicht recht zufrieden.

Herr Büttner: Oh, das tut mir leid. Könnten Sie mir Näheres dazu sagen?

Dr. Wagner: Bei Inbetriebnahme der Maschine sind Störungen aufgetreten. Sie funktioniert nicht ganz richtig. Erstens arbeitet sie sehr langsam und zweitens ist die Fehlerquote viel zu hoch.

Herr Büttner: Vielleicht ist sie für Ihren Werkstoff nicht richtig kalibriert. Herr Dr. Wagner, ich schlage Ihnen folgendes vor...

Dialog 10

Büro: Linz.

Herr Harrap: Guten Tag, hier spricht Harrap, Svenska Marketing, Stockholm. Ich möchte Frau Lehmann sprechen.

Büro: Frau Lehmann ist in einer Sitzung.

Herr Harrap: Ach so. Wissen Sie, wie lange das dauert?

Büro: Das geht wahrscheinlich den ganzen Tag. Wollen Sie eine Nachricht hinterlassen?

Herr Harrap: Ja, können Sie Frau Lehmann sagen....

Dialog 11

Herr Fleck: Fleck, guten Tag.

Frau Laval: Guten Tag, Herr Fleck, hier spricht Yvette Laval, Intrex Trading, Paris. Ich habe einen Termin mit Ihnen übermorgen um 11.00 Uhr. Ich muss den Termin aber leider absagen, weil die Fluglotsen hier am Flughafen streiken. Könnten wir den Termin vielleicht auf nächste Woche verschieben?

Herr Fleck: Ja, ich schaue in meinem Terminkalender nach. Mm, das wäre wohl schwierig. Nächste Woche bin ich nämlich drei Tage auf der Messe in Köln.

3.5 ВОЗРАЖЕНИЕ

Коммуникативная структура ДЕ с возражением сводится к следующему взаимодействию: РС содержит запрос дополнительной информации ради подтверждения или некоторую информацию, а РР – возражение на ту или иную информацию.

ДЕ с возражением характеризуются тем, что РР указывает на недостоверность содержания РС, на неправомерность мнения коммуникатора. Обычно реакция возражения программируется содержанием реплики-стимула. РС может выражаться вопросительным (1, 2), повествовательным (3, 4) или побудительным предложениями (5). Например:

1) – *Я могу у Вас подписать показатели премирования?*

– *Нет, это в компетенции директора, поэтому несите ему в почту.*

2) – *Werden auch Wechsel und Scheckzahlungen angenommen?*

– *Nein, das nicht.*

3) – *Мне кажется, самое главное – это планирование продаж. Мы должны запланировать, сколько мы должны продать.*

– *Это мы уже запланировали.*

4) – *Sie bitten den Preisnachlass von 30 %. Es ist nur 10 % Rabatt möglich.*

– *Nein. Das passt uns nicht.*

5) – *У нас такое бывает!*

○ *Не бывает.*

Возражение – это выражение коммуникантом противоположного мнения, довода или возражения на информацию, предоставленную ему коммуникатором в процессе делового совещания или переговоров, точнее в начальной реплике ДЕ. Данный вид, как показывают наблюдения, в языке представлен широко и многообразно. Обычно ответная реплика таких ДЕ состоит из отрицательного релятива "нет" в русском языке, "nein" и "doch" в немецком ("nein" используется, если надо возразить на отрицание, содержащееся в РС, "doch" – если надо возразить, т.е. ответить отрицательно на отрицание, содержащееся в РС). Благодаря их семантике они способны замещать ответное высказывание, вмещать в себя одно или даже несколько предложений. Например:

○ *Я могу подписать у Вас показатели премирования?*

○ **Нем.**

○ *Wirst du das Angebot annehmen?*

○ **Nein.**

○ *Wie Sie wissen, leitet Fürstner nur zwanzig Sportgeschäfte. Ein Abschluss mit ihm könnte für uns keinen Durchbruch auf dem österreichischen Markt bedeuten.*

○ **Doch.**

В первом примере релятив "нет" замещает высказывание "Вы не можете подписать у меня показатели премирования", во втором примере возражение коммуниканта, выраженное релятивом "nein", предполагает отрицательный ответ "Ich werde das Angebot nicht annehmen", в третьем примере возражение коммуниканта, высказанное релятивом "doch", вмещает в себя следующий ответ: "Ein Abschluss mit Fürstner könnte für uns einen Durchbruch auf dem österreichischen Markt bedeuten".

Возражение может быть выражено и без участия отрицательного релятива "нет" ("nein"). Как правило, в таких ДЕ ответная реплика содержит отрицание "не" в русском языке, "nicht" в немецком плюс частичный повтор РС. Например:

– *Прошу, чтоб выдали распоряжение по фабрике, чтоб я могла претензию предъявить человеку, который посмел из цеха такое безобразие отпирать.*

– *Маргарита Ивановна, Вы не должны претензию предъявлять, Вы не должны из цеха выпускать ткань.*

– *Sie müssen in vier Wochen mir alles berichten.*

– *Ich kann in vier Wochen das nicht berichten.*

Однако, наиболее характерной формой построения ответной реплики является соединение отрицательного релятива "нет" в русском языке, "nein" или "doch" в немецком с полным (частичным) повтором РС, например:

– *Они нам передали за деньги в аренду?*

– **Нет, так просто передали.**

– **Benutzen Sie die Kreditkarte?**

– **Nein, wir benutzen sie nicht.**

Ответная реплика с отрицательными релятивами "нет"; "nein", "doch" часто может быть расширена дополнительным пояснительным текстом. В зависимости от характера обсуждения речевого предмета реплика возражения обосновывается уточняющей конструкцией. Стремление использовать добавочный текст для пояснения возражения объясняется намерением слушающего дать развернутую, относительно точную оценку предмету суждения и соответственно быть достаточно правильно понятым. Не соглашаясь с высказыванием коммуникатора, выражающим сомнение относительно характеристики предмета речи, коммуникант вводит разъяснительный текст с целью обоснования своего противоположного мнения и возражения предположению коммуникатора. Например:

– *Нами смонтирована центрифуга за месяц.*

– **Нет, ведь в работу ее запустили только через неделю.**

– *Frau Maiwald, wie kommt es, dass Herr Baumann so plötzlich kündigt? Ist der Grund das Gehalt oder das Betriebsklima?*

– **Nein, er hat ganz persönliche Gründe.**

Нередко возражение в ДЕ представлено имплицитно. В подобных ДЕ нет ярких показателей возражения (отрицательных релятивов "нет", "nein", "doch", частичных повторов РС с отрицанием и пр.), а присутствуют слова, семантика которых включает отрицание. Например:

– *Китайцы просят выслать три калькуляции на красители.*

– **Это коммерческая тайна.**

– *Finden wir für ihn schnell geeigneten Ersatz?*

– **Das ist eine schwierige Aufgabe.**

В ПЕРВОМ ПРИМЕРЕ МЫ НЕ ВИДИМ ЯВНОГО ВОЗРАЖЕНИЯ КОММУНИКАНТА С КОММУНИКАТОРОМ В ТОМ, ЧТО ОНИ НЕ МОГУТ ВЫСЛАТЬ КИТАЙЦАМ ТРИ КАЛЬКУЛЯЦИИ НА КРАСИТЕЛИ. ОДНАКО КОММУНИКАНТ, ГОВОРЯ О ТОМ, ЧТО ЭТА ИНФОРМАЦИЯ ЯВЛЯЕТСЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНОЙ (Т.Е. ЧЕМ-ТО НЕИЗВЕСТНЫМ ДЛЯ ДРУГИХ, НЕОТКРЫТЫМ), ИМПЛИЦИТНО ВОЗРАЖАЕТ ОБ ОТПРАВЛЕНИИ ЭТИХ КАЛЬКУЛЯЦИЙ. ВО ВТОРОМ ПРИМЕРЕ КОММУНИКАНТ ГОВОРIT О ТОМ, ЧТО БЫСТРО НАЙТИ ЗАМЕНУ ДАННОМУ РАБОТНИКУ СЛОЖНО (НЕВОЗМОЖНО, НЕВЫПОЛНИМО), Т.Е. ОН ВОЗРАЖАЕТ КОММУНИКАТОРУ НА ЕГО ЗАПРОС О БЫСТРОЙ ЗАМЕНЕ ЭТОГО РАБОТНИКА.

Задание 5 Найдите в следующих диалогах и проанализируйте языковые средства, с помощью которых выражено возражение.

Dialog 12

Teilnehmer: Guten Tag.

Anrufer: Guten Tag. Ist da die Firma Lasco?

Teilnehmer: Nein, hier ist eine Privatnummer. Sie sind falsch verbunden!

Anrufer: Ach Verzeihung, ich habe falsch gewählt. Auf Wiederhören!

Teilnehmer: Auf Wiederhören!

DIALOG 13

Zentrale: Firma Braun, guten Tag.

Frau Gomez: Guten Tag, Gomez, Firma Rumasa, Barcelona. Könnte ich Frau Bach sprechen?

Zentrale: Ich verbinde.

Büro: Büro Bach, guten Tag.

Frau Gomez: Guten Tag, Gomez, Firma Rumasa, Barcelona. Ist Frau Bach zu sprechen, bitte?

Büro: Wie bitte? Die Verbindung ist sehr schlecht!

Frau Gomez: Hier Gomez, Rumasa, Barcelona. Ich möchte Frau Bach sprechen.

Büro: Frau Bach ist in einer Besprechung. Soll ich ihr etwas ausrichten?
Frau Gomez: Nein, danke. Ich muss sie persönlich sprechen. Können Sie mir sagen, wann ich sie erreichen kann?
Büro: Am besten rufen Sie morgen zurück. Sie ist ab 8.30 Uhr im Büro.
Frau Gomez: Gut, dann rufe ich morgen früh kurz nach halb neun wieder an. Vielen Dank.
Büro: Bitte schön, auf Wiederhören.

Dialog 14

Frau Schneider: Firma Siemens, Verkauf Steuerungstechnik, Schneider. Guten Tag!
Herr Spät: Hier Spät, Firma Konrad Lang in Fürth. Guten Tag, Frau Schneider.
Ich habe eine Frage: Haben Sie das Steuerungsmodul S5/22-18 vorrätig?
Frau Schneider: Moment, ich schau mal... Nein, das tut mir leid. S5/22-18 ist leider nicht vorrätig. Wann brauchen Sie das Teil?
Herr Spät: So schnell wie möglich. Wann ist es denn lieferbar?
Frau Schneider: In vier Wochen.
Herr Spät: Das geht noch! Also liefern Sie ein S 5/22-18 so schnell wie möglich. Der Liefertermin ist sehr wichtig. Wir haben einen eiligen Auftrag.
Frau Schneider: Wir können es ja per Express schicken. Oder sollen wir es per Boten liefern?
Herr Spät: Am besten per Boten. Es muss schnell gehen.
Frau Schneider: Gut, ich notiere: Fa. Konrad Lang, Adresse haben wir ja. Ein S5/22-18. Geht in Ordnung. Die Auftragsbestätigung kommt schriftlich.
Herr Spät: Vielen Dank, Frau Schneider. Auf Wiederhören!
Frau Schneider: Ich danke auch. Auf Wiederhören, Herr Spät!

DIALOG 15

Reisende: Entschuldigung, könnten Sie bitte 10 Mark wechseln? Ich brauche Kleingeld fürs Telefon.
Verkäufer: Es tut mir leid, wir können kein Kleingeld herausgeben. Am besten gehen Sie zur Bank.
Reisender: Wie viel brauchen Sie?
Reisende: Ich habe einen Zehnmarkschein.
Reisender: Na, mal gucken, was ich habe. Ein Fünfmärkstück, drei Markstücke, zwei Fünzigpfennigstücke und den Rest muss ich Ihnen in Zehnpfennigstücken geben. Geht das?
Reisende: Ja, prima, das ist sehr nett von Ihnen.
Reisender: So, bitte schön.
Reisende: Vielen Dank.

3.6 НЕОДОБРЕНИЕ

Неодобрение выражается из-за неправильности, неверности решения или намерения коммуникатора. В ДЕ с неодобрением коммуникативная структура сводится к следующему взаимодействию: РС содержит некое утверждение, предложение коммуникатора к коммуниканту или указание на действие, а РР – неодобрение определенного утверждения, предположения или указания коммуникатора. Например:

- ***Vielleicht können wir die Kosten für die Monteurstunden übernehmen – als zusätzlichen Kundenservice?***
- *Nein, das ist keine gute Idee.*
- ***Надо сделать анализ недоработки продукции!***
- *Этого мало, чтоб сделать правильные выводы.*

Как мы видим, в первом примере коммуникатор предлагает коммуниканту взять на себя расходы на монтаж в качестве дополнительной услуги для покупателя, а коммуникант не одобряет слова коммуникатора. Во втором примере коммуникатор указывает коммуниканту на то, что необходимо сделать анализ недоработки продукции. А коммуниканты в этих примерах соответственно не одобряют слова коммуникаторов.

Неодобрение – это отрицательная реакция-оценка на реплику-стимул. Чаще всего ответные реплики данного вида несогласия содержат маркеры отрицательной коннотации "плохо", "ужасно", "schlecht", "schrecklich" и т.п.; эти маркеры могут быть вдобавок распространены пояснительным текстом, которым собеседник обосновывает свое неодобрение. Например:

- *Итальянцы просрочили контракт на 90 дней.*
- ***Ужасно, нас же оштрафует налоговая инспекция!***
- *Vor allem beim Vertrieb unserer Erzeugnisse haben Sie in Frankreich niedrige Ergebnisse gehabt.*
- *Das ist **schrecklich**, wir müssen alle notwendigen Schritte unternehmen.*

Еще одним распространенным видом выражения неодобрения является употребление в ответной реплике в русском языке отрицательной частицы "не", в немецком "nicht", "kein", "keinesfalls". Например:

- *Я буду лично руководить установкой сушилки в цехе.*
- *Я **не** одобряю это, пусть этим занимаются те, кому положено.*
- *Sind Sie mit dieser Lösung zufrieden?*
- *Nein, damit kann ich **keinesfalls** zufrieden sein.*

Часто РР при неодобрении включает маркеры отрицательной коннотации типа "недостаточно", "неудовлетворительно", "мало", "глупо", "неправильно", "wenig", "ungenügend", "unrichtig". Например:

- *Вам представлены показатели работы цеха за три месяца.*
- *Этого **недостаточно**, нужно за год.*
- *Я выполнил ваше задание.*
- *Вы его выполнили **неудовлетворительно**, так как цех продолжает стоять.*
- *Der Marktanteil unseres Konzerns liegt ein bisschen höher als in den USA und in den anderen Ländern Europas.*
- *Das ist **ungenügend**.*

Задание 6 Найдите в следующем диалоге и проанализируйте языковые средства, с помощью которых выражено неодобрение.

Dialog 16

Wolfgang Wenz: Entschuldigung, ist hier noch frei?

Udo Petzold: Aber sicher. Du bist der neue Praktikant, oder?

Wolfgang: Ja, bist du auch Praktikant?

Udo: Ja, ich heiÙe Udo.

Wolfgang: GrüÙ dich, ich heiÙe Wolfgang. Wie lange arbeitest du denn schon bei Rohrbach?

Udo: Seit über zwei Monaten. Mein Praktikum geht bald zu Ende.

Wolfgang: In welchen Abteilungen warst du denn schon?

Udo: Zuerst war ich in der kaufmännischen Abteilung, dann bei Informationssystemen, und jetzt bin ich in der Produktion.

Wolfgang: Ach, das ist aber interessant! Da fange ich nämlich nächsten Monat an! Wie ist es denn, in der Abteilung zu arbeiten?

Udo: Na, pass auf. Das Arbeitsklima dort ist schlecht. Der Produktionschef, Herr Swoboda, ist ein sehr unsympathischer Typ. Die meisten Kollegen haben Angst vor ihm. Er ist sehr autoritär, er schreit dauernd und kommandiert die Leute herum.

Wolfgang: Und wie sind die anderen Kollegen?

Udo: Da gibt's den Herrn Marek, er ist sehr ehrgeizig und konkurriert ständig mit den anderen. Ich glaube, er möchte die Stelle des Abteilungsleiters haben. Er ist überhaupt nicht hilfsbereit, er nimmt sich nie Zeit, einem zu helfen oder irgendetwas zu erklären.

Wolfgang: Und ich muss ganze vier Wochen dort arbeiten!

Udo: Na ja, es gibt dort wenigstens einen sympathischen Kollegen, er heißt Herr Uhl. Er ist gutmütig und gelassen und hat immer Zeit, wenn man ein Problem hat. Halte dich an ihn. Aber wie ist das Arbeitsklima dort, wo du arbeitest?

Wolfgang: In der Vertriebsabteilung ist das Klima eigentlich sehr positiv. Unser Chef ist sehr freundlich und zugänglich, und die Kollegen sind wirklich sehr nett.

Udo: Du hast es aber gut.

3.7 ЗАПРЕЩЕНИЕ

Запрещение представляет собой непозволение, запрещение одного собеседника другому совершить что-либо (достичь желаемой цели, сделать определенный шаг, поступить в соответствии со своими желаниями). Коммуникативная структура ДЕ с запрещением сводится к следующему взаимодействию: РС содержит просьбу коммуникатора дать ему разрешение, позволение что-либо совершить, предложение к коммуниканту, а РР – запрещение сделать что-либо.

РС содержит запрос разрешения, который выражается словами: "Erlauben Sie ...?", "Kann man ...?". Просьба может оформляться разнообразными синтаксическими средствами: простым вопросительным предложением (1), простым побудительным предложением (2), сложным предложением с придаточным условия (3). Например:

1) – *Kann ich unsere Position berichten?*

– *Nein, ich mache das selbst.*

2) – *Разрешите снять с плана 8 тонн пигмента желтого!*

– *Ни в коем случае, за него уже уплачены деньги.*

3) – *Если все-таки не получится, можно привлечь в помощники заместителя главного механика?*

– *Нельзя, у него другое задание.*

В ДЕ с запрещением, как отмечалось выше, начальная реплика (РС) включает в себе просьбу к собеседнику разрешить говорящему что-либо сделать, совершить; в то время как РР – это запрещение первому собеседнику выполнить, сделать, достигнуть желаемого.

Обычно запрет, эксплицирующийся в ответной реплике, оформляется отрицательными релятивами "нет" в русском языке, "nein" в немецком, которые также могут быть распространены. Например:

– *Können wir dorthin die alte Computer liefern?*

– **Nein!**

– *Можно приобрести это сырье?*

- **Нет**, оно не соответствует ГОСТу.

В ответном высказывании данного вида часто используются выражения: "Ни в коем случае!", "Ни за что!", "(Я) не разрешаю", "Это я (вам/тебе) запрещаю", "Этого (вам/тебе) делать нельзя!", "Это невозможно"; "Auf keinen Fall!", "Keinesfalls!", "Ich erlaube es nicht", "Das verbiete ich (Ihnen/euch/dir)!", "Das kann ich nicht zulassen", "Das ist unmöglich" и пр., как правило, в комбинации с отрицательным релятивом. Например:

- *A можно будет работать по 12 часов в смену.*
- Нет, **это невозможно.**
- *Nach diesem Vorfall möchte ich am liebsten kündigen.*
- **Das kann ich nicht zulassen. Warte noch einige Zeit, vielleicht ändert sich die Situation!**

Задание 7 Найдите в следующих диалогических единствах и проанализируйте языковые средства, с помощью которых выражено запрещение.

- Ich möchte gern eine Zigarette rauchen.
- Das ist hier nicht erlaubt. Lies das Schild dort!
- Nach diesem Vorfall möchte ich am liebsten kündigen.
- Das darfst du jetzt nicht. Warte noch einige Zeit, vielleicht ändert sich die Situation!

3.8 ОТКАЗ

В ДЕ с отказом коммуникативная структура в процессе деловой коммуникации сводится к следующему взаимодействию: РС содержит просьбу, требование или предложение коммуникатора, а РР – отказ исполнить просьбу (требование). Например:

- *Wir möchten einen Zahlungsaufschub bekommen.*
- *Ausgeschlossen.*
- *Выделите нам дополнительно ремонтный фонд и лимиты на материалы.*
- *Это исключено, планы сверстаны.*

В первом примере коммуникатор просит об отсрочке платежа, коммуникант отказывает ему в этом. Во втором примере коммуникант также отвечает отказом на предложение коммуникатора.

Организация ДЕ с отказом подобна организации ДЕ с запретом. При создании ДЕ указанных типов РС служит для передачи просьбы говорящего к собеседнику. Разница предопределяется, во-первых, несколько иной коммуникативной задачей высказывания: если в ДЕ с запрещением просьба направлена на получение разрешения, то в ДЕ с отказом – это побуждение к выполнению какого-либо действия. Во-вторых, запрещение – это непозволение сделать что-либо, а отказ – это отрицательный ответ на просьбу, требование.

Анализ примеров показал, что основным синтаксическим вариантом построения РР, содержащей отказ, в русском языке является односоставное определенно-личное предложение: глагол в форме первого лица настоящего времени с отрицательной частицей "не". В немецком языке РР оформляется также определенно-личным предложением, только двусоставным, с отрицательной частицей "nicht". Эти конструкции обычно распространены пояснительным текстом. Например:

- *Дайте, пожалуйста, отчет по прибыли за второй квартал!*
- **Не могу**, вчера его взял директор.
- *Geben Sie mir bitte die Muster unserer Produktion!*
- *Ich kann Ihnen sie nicht geben, diese Muster sind noch im Laboratorium.*

В ответном высказывании данного вида используются часто выражения: "Исключено", "Об этом не может быть и речи", "Kommt nicht in Frage", "Ausgeschlossen". Эти выражения передают категоричный отказ коммуниканта, нежелание даже обсуждать предложение или просьбу коммуникатора. Например:

- *Необходимо повысить цены с 15 числа.*
- **Исключено.** Мы цены повысили только месяц назад.
- *Ich schlage vor, es folgendermaßen zu machen: Zuerst sichten wir die Resultate, und dann arbeiten wir unsere Empfehlungen aus.*
- **Kommt nicht in Frage.**

НЕРЕДКО ОТКАЗ ВЫРАЖАЕТСЯ ИМПЛИЦИТНО. ТАКОЙ ОТКАЗ ЗВУЧИТ НЕ КАТЕГОРИЧНО, КОММУНИКАНТ ОТКАЗЫВАЕТ ИЗ-ЗА ОПРЕДЕЛЕННЫХ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ, Т.Е. ЧАСТО ПО НЕЗАВИСЯЩИМ ОТ НЕГО ПРИЧИНАМ. НАПРИМЕР:

- *Придите сегодня на собрание бригадиров!*
- **Я в это время буду в администрации.**
- *Ich möchte diese Prospekte vervielfältigen lassen.*
- **Es tut mir leid, aber das Kopiergerät ist jetzt kaputt.**

В первом примере коммуникант отказывается прийти на собрание, так как в это время должен быть в администрации. Во втором примере коммуникатор просит размножить данный проспект, но коммуникант отказывает ему из-за поломки ксерокса.

Задание 8 Найдите в следующем диалоге и проанализируйте языковые средства, с помощью которых выражен отказ.

Dialog 17

Zentrale: Firma Braun, guten Tag.

Herr Borg: Guten Tag, hier spricht Borg, Svenska Marketing, Stockholm. Ich möchte bitte Herrn Weber sprechen.

Zentrale: Einen Moment, ich stelle Sie durch.

Büro: Linz am Apparat.

Herr Borg: Könnte ich bitte Herrn Weber sprechen?

Büro: Es tut mir leid, Herr Weber ist auf Geschäftsreise.

Herr Borg: Ach so. Wissen Sie, ob er diese Woche wieder im Büro ist?

Büro: Er ist erst nächsten Montag wieder da. Kann ich Ihnen helfen?

Herr Borg: Nein, danke, ich rufe am Montag wieder an. Vielen Dank.

Büro: Gern geschehen. Auf Wiederhören.

Dialog 18

Herr Becker: Frau Brett, entschuldigen Sie bitte!

Frau Brett: Ja, bitte schön?

Herr Becker: Könnte ich vielleicht nach Deutschland faxen?

Frau Brett: Aber selbstverständlich! Schreiben Sie Ihr Telefax, und ich schicke es für Sie ab.

Herr Becker: Ach, vielen Dank!

Herr Becker: Frau Brett, kann ich bitte etwas fotokopieren?

Frau Brett: Das ist leider nicht möglich. Der Fotokopierer ist im Moment kaputt.

Herr Becker: Ach, so.

Herr Becker: Frau Brett, entschuldigen Sie, darf man hier rauchen?

Frau Brett: Nein, das geht leider nicht. Das ist hier nicht erlaubt.

Herr Becker: Wie schade.

Herr Becker: Frau Brett!

Frau Brett: Ja, bitte?

Herr Becker: Entschuldigen Sie bitte noch mal, aber wo ist die Toilette?

Frau Brett: Kommen Sie mit. Ich zeige es Ihnen.

Herr Becker: Frau Brett, könnten Sie mir Ihren neuen Prospekt zeigen?

Frau Brett: Der neue Prospekt ist leider noch nicht fertig.

Herr Becker: Ach so.

Frau Brett: Aber ich kann Ihnen gerne einen alten holen.

Herr Becker: Danke, den habe ich schon.

ДИАЛОГИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА

Задание 1 Проанализируйте следующие диалоги:

а) Найдите в них (если они присутствуют) предложение, совет, предупреждение, угрозу, согласие, одобрение, разрешение, неуверенность, возражение, неодобрение, запрещение, отказ.

б) Назовите языковые средства, с помощью которых выражены данные речевые акты.

Dialog 1

Frau Brett: So, Herr Decker, ich zeige Ihnen unsere Firma. Hier ist der Empfang, wie Sie sehen.

Herr Becker: Mm. Sehr schön.

Frau Brett: Und hier nebenan ist das Büro des Geschäftsführers, Herrn Olson. Durch diese Tür geht es zur Abteilung Vertrieb und Marketing. Hier koordinieren wir die Arbeit unserer Vertreter.

Herr Becker: Also, mit dieser Abteilung werde ich direkt zu tun haben.

Frau Brett: Ja, das stimmt. Hier nebenan ist die Buchhaltung. Hier machen wir die Kontenführung und rechnen die Löhne und Gehälter ab.

Herr Becker: Ah, hier bezahlt man also meine Provision!

Frau Brett: Ja, genau.. Und daneben ist die Einkaufsabteilung. Hier kaufen wir das Material für die Fertigung ein.

Herr Becker: Lind was für ein Zimmer ist das gegenüber?

Frau Brett: Das ist unser Konferenzzimmer. Möchten Sie reinschauen?

Herr Becker: Aha, sehr imposant!

Frau Brett: Also, gehen wir weiter. Hier links sehen Sie das Konstruktionsbüro. Hier entwerfen wir Designs für neue Modelle.

Herr Becker: Mit Computern?

Frau Brett: Mit Computern und auch manuell. Dort in der Ecke links ist die Küche, und gegenüber sind die Toiletten. Und das ist die Arbeitsvorbereitung. Hier planen wir die Produktion für die kommenden Wochen. So, und jetzt gehen wir links in die Fertigungshalle.

Herr Becker: Hier fertigen Sie also die Produkte an. Mm, das ist aber beeindruckend! Und alles so modern!

Frau Brett: Ja, dieses Jahr haben wir in neue Maschinen investiert. Dort in der Ecke sitzt Herr Boltmann und überwacht die Produktion. Gehen wir rein.

Herr Becker: Hallo, Herr Boltmann.

Herr Boltmann: Tag, Herr Becker. So, jetzt machen wir einen Rundgang durch die Fertigungshalle. Kommen Sie mal mit.

Herr Becker: Was ist das da drüben?

Herr Boltmann: Das ist unser Prüfraum. Dort testen wir unsere Produkte.

Herr Becker: Sehr interessant.

Herr Boltmann: So, gehen wir mal weiter.

Herr Becker: Also, das war wirklich interessant. Und was für ein Gebäude ist das da draußen?

Herr Boltmann: Das ist unser Fertiglager. Dort lagern wir die Fertigprodukte.

Herr Becker: Aha.

Frau Brett: So, das wäre dann alles. Gehen wir zurück in das Verwaltungsgebäude?

Herr Becker: Recht herzlichen Dank für den interessanten Rundgang, Frau Brett. Die Büros sind sehr schön, und die Fabrik ist höchst modern. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit Norco!

Frau Brett: Vielen Dank, Herr Becker.

Dialog 2

Herr Noske: Also, trinken wir auf Moritas neue Niederlassung in Weimar!

Herr Weber: Ja, auf ihren Erfolg! Prost.

Herr Noske: Zum Wohl. Sie sind doch aus Weimar, Herr Weber. Was ist denn Weimar für eine Stadt?

Herr Weber: Weimar ist eine mittelgroße Stadt und ist, wie Sie bestimmt wissen, für ihre historischen Verbindungen mit Goethe, Schiller und Liszt bekannt. Goethe hat mal gesagt: "Wählen Sie Weimar zu Ihrem Wohnort. Wo finden Sie auf einem so engen Flecken noch so viel Gutes!"

Herr Noske: Es muss ja sehr schön sein. Und wo wohnen Sie?

Herr Weber: In der Nähe des Stadtzentrums, in der Altstadt.

Herr Noske: Und wie wohnt man dort?

Herr Weber: Es ist schon sehr schön, dort zu wohnen. Trotz der Zentrumslage ist es dort relativ ruhig. Nur es kommen jetzt immer mehr Touristen, und das Parken wird immer schwieriger!

Herr Noske: Ja, das Parken ist immer ein Problem in der Stadt. Wie kommen Sie denn zur Arbeit? Fahren Sie mit dem Auto?

Herr Weber: Nein, ich gehe zu Fuß, dafür brauche ich nur 15 Minuten.

Herr Noske: Toll, ich brauche mindestens eine Stunde. Und wie wohnen Sie, wenn ich fragen darf?

Herr Weber: Wir haben eine Wohnung im dritten Stock eines Altbaus.

Herr Noske: Gehört die Wohnung Ihnen, oder ist es eine Mietwohnung?

Herr Weber: Es ist eine Mietwohnung.

Herr Noske: Und wie groß ist sie?

Herr Weber: Ungefähr 80 Quadratmeter. Wir haben drei Zimmer und einen Balkon. Und wo wohnen Sie, Herr Noske?

Herr Noske: In einem Stadtteil, der Schwalbach heißt, das liegt am nordwestlichen Stadtrand.

Herr Weber: Und wie wohnt man dort?

Herr Noske: Es ist eigentlich eine schöne Wohngegend, es ist fast im Grünen. Wir haben's nicht weit zum Taunusgebirge.

Herr Weber: Und wie kommen Sie zur Arbeit? Gibt es gute Verkehrsverbindungen ins Stadtzentrum?

Herr Noske: Ich fahre meistens mit dem Auto, die Straßenverbindungen sind sehr gut.

Herr Weber: Und wie wohnen Sie?

Herr Noske: Ich wohne in einer Doppelhaushälfte mit Südgarten.

Herr Weber: Schön, einen Garten hätte ich gern. Gehört das Haus Ihnen?

Herr Noske: Ja, das Haus habe ich vor etwa vier Jahren gekauft.

Herr Weber: Und wie groß ist es?

Herr Noske: 120 Quadratmeter. Es hat vier Zimmer.

Herr Weber: Hat das Haus einen Keller?

Herr Noske: Ja, der Keller kommt noch dazu. Da unten macht mein Sohn Musik.

Dialog 3

Rezeption: Hotel Dorint, Freiburg-City, guten Tag.

Frau Lind: Guten Tag, hier Lind, Firma HML. Kann ich bitte den Direktor, Herrn Offers, sprechen?

Rezeption: Einen Moment, bitte, ich verbinde.

Herr Offers: Guten Tag, Offers.

Frau Lind: Guten Tag, Lind, Firma HML. Es geht um unsere Jahreskonferenz nächstes Jahr. Erstmal vielen Dank für die Konferenzunterlagen, die Sie mir geschickt haben.

Herr Offers: Gern geschehen.

Frau Lind: Nun, die Konferenz soll Mitte Juni stattfinden und dauert drei Tage. Der Anreisetag ist Sonntag und die Abreise ist am Mittwochnachmittag.

Herr Offers: So, das wären drei Übernachtungen.

Frau Lind: Ja. Wie Sie wissen, brauchen wir Unterkunft für 70 Teilnehmer, sowie einen großen Konferenzraum für 70 Personen und zwei kleinere Seminarräume für je 35 Personen. Können Sie mir sagen, ob das Hotel um diese Zeit noch frei ist, oder haben Sie schon Buchungen?

Herr Offers: Einen Moment, bitte, ich schaue nach ... Die zweite Juniwoche ist leider völlig ausgebucht, aber die dritte Woche ist noch frei.

Frau Lind: Ah, gut, die dritte Woche wäre möglich, das notiere ich mir ... Also, Herr Offers, darf ich einige Fragen zu Ihren Preisen stellen?

Herr Offers: Aber selbstverständlich!

Frau Lind: Aus Ihrer Broschüre entnehme ich, dass Ihre Zimmerpreise bei Konferenzen und Seminaren variieren. Was wäre der Zimmerpreis für 70 Teilnehmer für drei Nächte?

Herr Offers: Da können wir einen Preis von 180 Mark pro Person pro Nacht anbieten.

Frau Lind: Dieser Preis basiert auf der Teilnehmerzahl von 70, der Aufenthaltslänge von drei Tagen und der Saison?

Herr Offers: Ja, genau.

Frau Lind: Ist der Preis inklusive Frühstück?

Herr Offers: Ja.

Frau Lind: Gut. Nun habe ich eine Frage zu Ihrer Konferenzpauschale. Wie gesagt, wir brauchen einen großen Konferenzraum und zwei kleinere Räume. Was kosten zusätzliche Konferenzräume?

Herr Offers: Wenn Sie unsere Konferenzpauschale buchen, entfallen die Bereitstellungskosten und Raummieten. Der Preis unserer Pauschale beträgt 69 Mark pro Person pro Tag.

Frau Lind: Das heißt, zusätzliche Räume werden nicht separat berechnet?

Herr Offers: Nein.

Frau Lind: Ach so, gut. Und jetzt eine Frage zum Abendessen. Wie ich sehe, ist die Pauschale exklusive Abendessen, stimmt's?

Herr Offers: Ja, das stimmt.

Frau Lind: Haben Sie eine Auswahl von Menüs?

Herr Offers: Ja, natürlich.

Frau Lind: Können Sie mir einige Menüpreise nennen?

Herr Offers: Die 3-Gang-Menüs fangen bei 19 Mark an und gehen bis zu 44 Mark. Dann haben wir einige 4-Gang-Menüs, die zwischen 61 und 68 Mark kosten. Wir bieten auch Büffets zu 40 Mark und 60 Mark.

Frau Lind: Gut, Herr Offers, ich habe alles notiert. Könnten Sie mir bitte ein schriftliches Preisangebot machen?

Herr Offers: Ja, gerne, Frau Lind, das mache ich noch heute.

Frau Lind: Vielen Dank, Herr Offers, auf Wiederhören.

Herr Offers: Auf Wiederhören.

Dialog 4

Herr Habicht: Hier spricht Habicht von Schöller Software. Guten Tag, Frau Käutner. Wie geht es Ihnen?

Frau Käutner: Guten Tag, Herr Habicht. Mir geht's gut, trotz der vielen Arbeit. Bei uns klingelt zurzeit am laufenden Band das Telefon. Das Messe-Fieber ist wieder ausgebrochen.

Herr Habicht: Ja, ich sehe mit Schrecken, dass gar nicht mehr lange Zeit ist. Ich möchte mich nur bei Ihnen erkundigen, ob Sie für uns noch einen Stand haben. So wie das letzte Mal, etwa 25 m² groß.

Frau Käutner: Ich nehme an, Sie wollen wieder nach Halle B?

Herr Habicht: Ja, das wäre uns am liebsten.

Frau Käutner: In Halle B haben wir noch zwei Möglichkeiten, einmal direkt am Eingang, das wäre Stand Nr. 3 und dann in Reihe 2, Stand Nr. 15. Sie haben ja sicher den Messeplan vorliegen.

Herr Habicht: Hm, ja, sind die beiden Stände identisch? Auch preislich?

Frau Käutner: Der am Eingang ist etwas größer, kostet auch mehr. Die Lage ist ja auch besser. Der würde für die gesamte Dauer der Ausstellung 25 000, – DM kosten.

Herr Habicht: Ich glaube, das lässt sich machen. Wie groß ist der Stand genau?

Frau Käutner: Das sind 28 m².

Herr Habicht: Okay. In Ordnung. Bitte halten Sie uns den Stand frei. Wir bestätigen gleich heute schriftlich.

Frau Käutner: Danke, Herr Habicht. Und viel Erfolg auch dieses Jahr wieder.

Задание 2 Составьте диалоги, в основе которых лежат следующие ситуации. Используйте высказывания согласия, одобрения, возражения, неодобрения, отказа.

Situation 1

Information für Partner A

Sie sind Herr/Frau Müller. Sie interessieren sich für die Produkte der Firma Broom Export. Rufen Sie die Firma an, um sich einen Katalog schicken zu lassen. Geben Sie Ihren Namen an sowie den Namen und die Adresse Ihrer Firma:

Bultze GmbH
Pottlehmplatz 5
78166 Donaueschingen
Tel: (07 71) 26 39 40

Information für Partner B

Sie arbeiten bei der Firma Broom Export. Ein Anrufer möchte sich einen Katalog Ihrer Produkte schicken lassen. Notieren Sie seinen/ihren Namen sowie den Namen und die Adresse der Firma. Sagen Sie, Sie schicken ihm/ihr den Katalog heute zu.

Situation 2

Information für Partner A

Sie arbeiten bei der Firma Oriol & Co. Sie holen Frau Kohl, einen Gast aus Deutschland, um 9.30 Uhr vom Flughafen ab und fahren sie zu der Firma. Machen Sie Konversation unterwegs. Stellen Sie Fragen mit Hilfe der Stichwörter:

- Wie/Reise?
- Wetter in Deutschland?
- erster Besuch?
- Woher/in Deutschland?
- Was für eine Stadt?

Beenden Sie das Gespräch mit: *So, da ist die Firma.*

Information für Partner B

Sie sind Dagmar Kohl. Sie besuchen die Firma Oriol & Co. Ein/e Mitarbeiter/in der Firma holt Sie um 9.30 Uhr vom Flughafen ab. Beantworten Sie seine/ihre Fragen mit Hilfe dieser Informationen:

- Sie hatten einen guten Flug, das Essen war aber nicht sehr gut.
- Das Wetter in Deutschland ist sehr schlecht, es regnet schon seit drei Tagen.
- Sie sind zum ersten Mal hier.
- Sie kommen aus Ludwigshafen in Rheinland-Pfalz, wohnen und arbeiten aber seit einigen Jahren in Berlin.
- Berlin ist eine sehr interessante und lebendige Stadt, aber das Leben dort ist manchmal sehr hektisch.

Situation 3

Information für Partner A

Stellen Sie die Rolle der nationalen Telefonauskunft mit Hilfe der Telefonnummern unten. Wenn Sie einen Anruf bekommen, sagen Sie:

*Auskunft, guten Tag. Welcher Ort, bitte?
Wie heißt der Teilnehmer?*

Frankfurt am Main
Golisch Elektro-Service,
Tel: (0 69) 68 54 32

Hannover
Wilhelmsen Kunststoffe GmbH,
Tel: (05 11) 42 51 85

Information für Partner B

Rufen Sie die nationale Auskunft an. Sie brauchen die Telefonnummern folgender Firmen:

Golisch Elektro-Service, Frankfurt am Main
Wilhelmsen Kunststoffe GmbH, Hannover

Situation 4

Information für Partner A

Rufen Sie die Firma Würth, Saarbrücken, an. Sie möchten folgende Personen sprechen:

1. Herrn Münster von der Verkaufsabteilung
2. Frau Lautenbach von der Buchhaltung
3. Herrn Schlüter vom Kundendienst

Information für Partner B

Sie sind Telefonist/in bei der die Firma Würth, Saarbrücken. Nehmen Sie Anrufe für folgende Personen entgegen.

Name	Abteilung	Anschluss besetzt.
Herr Münster	Verkaufsabteilung	Bis 16.00 Uhr in einer Besprechung
Frau Lautenbach	Buchhaltung	Im Moment nicht da.
Herr Schlüter	Kundendienst	

Situation 5

Information für Partner A

Sie arbeiten am Informationsschalter im Flughafen Köln/Bonn. Beantworten Sie die Fragen eines/einer Reisenden anhand dieser Informationen.

ZUBRINGER

Schnellbusse (Airport Bus)

Ab **KÖLN** (Linie 170) Stadthaltestelle Hauptbahnhof/Busbahnhof
Breslauer Platz. Haltestelle am Bahnhof Deutz mit direktem Zugang
zur Kölner Messe: täglich

05.40 sowie 06.00 bis 07.00 Uhr alle 30 Minuten, 07.15 bis 20.00 Uhr
alle 15 Minuten, 20.30 bis 23.00 alle 30 Minuten.

Ab **FLUFHAFEN** nach Köln: täglich

06.05 bis 07.35 alle 30 Minuten, 07.50 bis 20.35 Uhr alle 15 Minuten,
21.05 bis 23.35 Uhr alle 30 Minuten.

Zusatzbusse zur und von der Kölner Messe bei Bedarf. (Busse halten
direkt vor den Messe-Eingängen.)

Fahrzeiten: 20 bis 39 Minuten

Fahrpreise: Erwachsene 3,60 Euro (einfache Fahrt);

Kinder 1,90 Euro (einfache Fahrt)

Information für Partner B

Sie besuchen die Kölner Messe. Informieren Sie sich am Informationsschalter, wie Sie vom Flughafen Köln/Bonn zur Messe kommen, wie lang die Fahrzeit ist, und was eine Fahrkarte kostet.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. АНДРЕЕВА Г.М. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ. М., 1980. 393 С.
2. Анисимова Т.В. Типология жанров деловой речи (риторический аспект): Автореф. дис. ... д-ра. филол. наук: 10.02.19; Кубанский государственный университет. Краснодар, 2000. 46 с.
3. Апресян Ю.Д. Перформативы в грамматике и словаре // Изв. АН СССР. Сер. Лит. и яз. 1986. Т. 45. № 3. С. 208–223.
4. Аристов, С.А. Невербальные компоненты коммуникации // Тверской лингвистический меридиан. Вып. 1. Тверь: Тверск. гос. ун-т, 1998. С. 23–30.
5. Богданов В.В. Классификация речевых актов / В.В. Богданов // Личностные аспекты языкового общения. Калинин: Калининский гос. ун-т, 1989. С. 25–37.
6. Богданов В.В. Речевое общение: прагматические и семантические аспекты. Л., 1990.
7. Бушев А.Б., Агкацева М.Г. Риторическая стратегия "позитивный диалог" // Тверской лингвистический меридиан. Вып. 3. Тверь: Тверск. гос. ун-т, 1999. С. 35–39.
8. Васильев Л.Г., Ощепкова Н.А. Прагматика документа: коммуникативный подход // Тверской лингвистический меридиан. Тверь: Тверск. гос. ун-т, 2000. С. 39–46.

9. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. М., 1985. С. 217–237.
10. Григорьева В.С. Убеждение как речевая стратегия // Труды ТГТУ. Вып. 4. Тамбов, 1999. С. 171–175.
11. Григорьев Е.И. Основы фонопрагматики немецкого языка. Днепропетровск: Навчальна книга, 1997. 169 с.
12. Зернецкий П.В. Лингвистические аспекты теории речевой деятельности // Языковое общение: Процессы и единицы: Межвуз. сб. науч. тр. Калинин, 1988. С. 36–41.
13. Зернецкий П.В. Динамические аспекты семантики и прагматики дискурса // Личностные аспекты языкового общения: Межвуз. сб. науч. тр. Калинин, 1989. С. 75–81.
14. Колшанский Г.В. Прагмалингвистика. М., 1974.
15. Кондаков Н.И. Логический словарь-справочник М., 1975. 720 с.
16. Кубрякова Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности. М., 1986.
17. Макаров М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе. Тверь: Изд-во Тверск. гос. ун-та, 1998. 200 с.
18. Ощепкова Н.А. Классификация аргументативных ошибок: прагма-диалектический подход // Калужский госпедуниверситет им. К.Э. Циолковского / <http://www.Dialog-21.Ru/Archive/2000>.
19. Почепцов Г.Г., Иванова И.П., Бурлакова В.В. Прагматика предложения // Теоретическая прагматика современного английского языка. М., 1981. С. 267–281.
20. Пиз А. Язык телодвижений. Нижний новгород, 1992.
21. Романов А.А. Управленческая коммуникация. Тверь: АО Тверьэнерго, 1996. 240 с.
22. Свиридова Т.М. Выражение согласия-несогласия лексико-синтаксическими средствами: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Московский педагогический университет. М., 1994. 22 с.
23. Современные технологии социально-культурной деятельности / Отв. ред. Е.И. Григорьева. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2002. 504 с.
24. Стернин И.А. Коммуникативное поведение как предмет описания // Тверской лингвистический меридиан. Тверь: Тверск. гос. ун-т, 1998. С. 93–98.
25. Формановская Н.И. Размышления о единицах общения // Русский язык за рубежом. № 1. 2000. С. 56–63.
26. Формановская Н.И. Соотношение интенционального и пропозиционального компонентов в высказывании // Русский язык за рубежом. № 3. 2000. С. 42–47.
27. Aristow S.A. Turn-talking und seine Beziehungsdependenz // Тверской лингвистический меридиан. Вып. 3. Тверь: Тверск. гос. ун-т, 1999. С. 9–17.
28. Brockriede W. Where is argument? // Journal of the American Forensic Association. 1975. Vol. 11. №. 4. P. 179–182.
29. Eemeren Van F., Grootendorst R. Speech acts in argumentative discussions. Dordrecht, 1983.
30. Eemeren Van F., Grootendorst R. Argumentation, communication and fallacies: A pragma-dialectical perspective. Hillsdale, 1992.
31. Ehninger D., Brockriede W. Decision by Debate. New York etc., 1973.
32. Fraser B., Hedged Performatives // Syntax and Semantics. New York etc., 1975. Vol. 3: Speech Acts. P. 187–210.
33. Grice, Paul H. Logic and conversation // Syntax and Semantics. New York etc., 1975. Vol. 3. P. 41–58.
34. Grice, Paul H. Logik und Gesprächsanalyse // Sprechakttheorie. Ein Reader. Wiesbaden: Athenaion, 1980.
35. Johnson R.H. Logic naturalized. Recovering a tradition // Argumentation: Proceedings of the conference on argumentation, 1986 / Ed. by Eemeren et al. Dordrecht etc. 1987. Vol. 1. P. 47–55.
36. Leech G.N. Principles of Pragmatics. London, New York, 1983. 250 p.
37. Nöth W. Das Handbuch der Semiotik. Stuttgart, 1985.
38. Opitz K. Haben Monolog und Dialog eine gemeinsame Grenze? // Dialoganalyse. Referate der Arbeitstagung. Tübingen: Niemeyer, 1993: Bd. 4. SS. 109–116.
39. Rehbein J. Komplexes Handeln: Elemente zur Handlungstheorie der Sprache 1. Aufl. – Stuttgart: Metzler, 1977. 377 S.
40. Searle J.R., Vanderveken D. Foundations of Illocutionary Logic. Cambridge, 1985. 227 p.

41. Trojanow V.I. Argumentation von Überzeugungen // Язык, дискурс и личность. Тверь, 1990. С. 16–25.
42. Walton D. A pragmatic theory of fallacy. Amsterdam etc., 1995.
43. Willard Ch. Epistemological functions of argument studies: A constructivist / interactionist view // Argumentation as a way of knowing / Ed. by D.Thomas. Falls Church, 1980. P. 9–29.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 **БАНКОВСКОЕ ДЕЛО В ФРГ: УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ПО ИЗУЧЕНИЮ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНОЙ ЛЕКСИКИ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА. СПБ., 1992.**
- 2 **ГОРОДНИКОВА М.Д., ДОБРОВОЛЬСКИЙ Д.О. НЕМЕЦКО-РУССКИЙ СЛОВАРЬ РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ. М.: РУССКИЙ ЯЗЫК, 2001.**
- 3 **CONLIN C. UNTERNEHMEN DEUTSCH: LEHRBUCH – MÜNCHEN: VERLAG KLETT EDITION DEUTSCH GMBH, 1999.**
- 4 **KELZ, HEINRICH P. DEUTSCH VON BERUF: WIRTSCHAFT – RHEINBREIBACH: VERLAG DÜRR & KESSLER, 1993.**
- 5 **HÖFFGEN A. DEUTSCH LERNEN FÜR DEN BERUF – ISMANING: VERLAG FÜR DEUTSCH, 1996.**
- 6 **WISEMAN CH. UNTERNEHMEN DEUTSCH: ARBEITSBUCH – MÜNCHEN: VERLAG KLETT EDITION DEUTSCH GMBH, 1996.**