

Д/р
15473

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Факультет романо-германської філології

Кафедра теоретичної і прикладної фонетики англійської мови

Дипломна робота

бакалавра (CD)

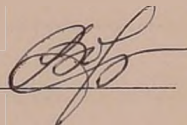
на тему: «Мовленнєвий портрет ділової англійської жінки»

«Speech portrait of an English business woman»

Виконав: студентка денної форми навчання

напряму підготовки 6.020303- філологія

Дейнега Марія Олександрівна

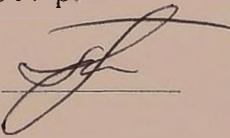
Керівник: к.філол.н., доц. Олінчук В.В. 

Рецензент: к.філол.н., доц. Яровенко Л. С.

Рекомендовано до захисту:

Протокол засідання кафедри

№ 10 від 10.05 2017 р.

Завідувач кафедри Григорян Н.Р. 

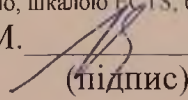
Захищено на засіданні ЕК № 2

протокол № 99 від 23.06 2017 р.

Оцінка

відмін. / А / 92

(за національною шкалою, шкалою ECTS, бали)

Голова ЕК Колегаєва І. М. 

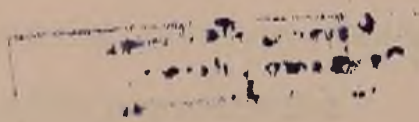
(підпис)

Одеса – 2017

429471

Зміст

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	6
1.1. Визначення ділового спілкування в сучасній лінгвістиці.....	6
1.2. Стратегії і тактики спілкування ділових жінок.....	9
1.3. Етикет як необхідна умова успішного ділового спілкування.....	19
РОЗДІЛ 2. ЛІНГВАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОГО ЖІНОЧОГО МОВЛЕННЯ.....	23
2.1. Характеристики бізнес-діалогу на лексико-синтаксичному рівні.....	23
2.2. Види питань і відповідей.....	31
РОЗДІЛ 3. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОСОДИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ДІЛОВОГО ЖІНОЧОГО МОВЛЕННЯ.....	38
3.1. Методика експериментального дослідження на перцептивному рівні.....	38
3.2. Результати аудиторського аналізу.....	40
ВИСНОВКИ.....	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	51
SUMMARY.....	54



ВСТУП

Пропонована робота присвячена вивченню особливостей англійського ділового жіночого мовлення в офіційно-діловій обстановці.

У фокусі уваги нашого дослідження є характеристики елементів ділового дискурсу, їх залежність від гендерної приналежності мовця, а також мовний етикет і провідна стратегія спілкування у сфері бізнесу. Пропоноване дослідження присвячено розробці проблеми ефективності комунікації, а саме, її усній формі у сфері ділового спілкування. Увагу дослідників до теперішнього часу привертав в основному письмовий різновид цієї області професійного спілкування.

Вибір ділового дискурсу в якості об'єкту дослідження виправданий тим, що він, як показують сучасні дослідження, посідає важливе місце серед різних типів мовного спілкування.

Теорія ділового дискурсу є однією з областей лінгвістики, що активно розвивається, проте багато характеристик цього типу дискурсу залишаються недостатньо вивченими.

Актуальність теми дослідження визначається вибором об'єкту і предмету дослідження.

Мета дослідження: теоретично обґрунтувати вибір експериментального корпусу матеріалу; підготувати методичку лінгвістичного аналізу; вивчити характеристики дискурсу в діловому спілкуванні, а також прагматичні фактори досягнення результатів ділових переговорів; створити мовленнєвий портрет англійської бізнес-леді.

Для досягнення поставленої в роботі мети були визначені наступні **завдання:**

- з'ясувати сутність поняття бізнес-комунікації;
- сформулювати експериментальний корпус дослідження;
- проаналізувати діалоги у сфері ділового спілкування;
- вивчити їх граматичну структуру і лексичний склад;
- вивчити їх інтонаційну організацію.

Об'єктом даного дослідження послуговували автентичні діалоги, записані під час ділових зустрічей, екстраговані з англомовних фільмів, узяті з інтернет-ресурсу, а також навчальні бізнес-діалоги.

Предметом аналізу є просодія англомовного діалогічного ділового жіночого мовлення.

Матеріалом дослідження послужив експериментальний корпус, який складався з 7 озвучених англомовних ділових діалогів, узятих з навчальних бізнес-курсів (BBC English, Business Vision, Powerhouse), загальною тривалістю звучання 20 хв., а також тексти (саундтреки) до трьох англомовних фільмів ("The Devil Wears Prada", "What Women Want", "The Proposal"): 30 ДЄ, що входять до складу ділових діалогів, 25 хвилин звучного мовлення.

Для організації і проведення експериментально-фонетичного дослідження використовувались наступні **методи**: 1) метод лінгвістичного спостереження і аналізу (лінгвістичний аналіз літературних джерел, відбір мовленнєвого і текстового експериментального матеріалу); 2) функціональний метод, що полягає у проведенні аудиторського аналізу та обробці отриманих результатів методом математичної статистики; 3) метод зіставлення (встановлення спільних і відмінних ознак лінгвістичного об'єкта дослідження).

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури.

У вступі визначається мета і завдання дослідження, обґрунтовується актуальність роботи і методи дослідження.

У першій частині "Теоретичні передумови дослідження" наводяться погляди сучасних лінгвістів на ділову комунікацію, приведений ряд тактичних принципів ведення переговорів, а також розглядається етикет як частина ділового спілкування.

У другій частині "Лінгвальні особливості ділового жіночого мовлення" проаналізовані особливості ділового спілкування на матеріалі звучної мови

жінок, що супроводжується транскриптом, узятому з інтернет-ресурсів, і представлені результати аналізу, проведеного в ході дослідження.

Третій розділ містить опис основних результатів експериментального дослідження. У ньому наводиться детальна методика експерименту, принципи добору експериментального матеріалу, етапи проведення експерименту, а також самі результати аудиторського аналізу.

У висновках сформульовані узагальнені основні результати дослідження.

У списку літератури наводяться основні джерела, вітчизняні і зарубіжні.

ВИСНОВКИ

У наш час, у зв'язку з активізацією міжнародних ділових зв'язків з'явилася гостра необхідність в описі особливостей усної ділової мови, особливо у сфері бізнесу. До останнього часу основне число досліджень, монографій і навчальних посібників було присвячено діловій письмовій мові. Проте живе ділове спілкування, як правило, більш ефективне, ніж письмове. Розробка однієї з найважливіших проблем усної професійної мови, і, зокрема, вивчення мови є однією з найважливіших задач сучасної лінгвістичної прагматики.

Основною метою нашого дослідження був опис лінгвальних і просодичних особливостей ввічливого ділового спілкування сфери бізнесу на прикладах автентичного діалогічного жіночого мовлення. У процесі ділової комунікації використання питальних висловів має першорядне значення. Питальний вислів в бізнес-спілкуванні реалізується, як правило, в первинній функції, тобто виступає в ролі вислову, який так або інакше запитує інформацію.

Питання в області професійного спілкування бізнесменів є абсолютно особливим типом вислову. Специфічність його полягає в поєднанні взаємодоповнюючих значущих рис: логічності і експресивності. Категорія ввічливості має першорядне значення для питального вислову у сфері бізнесу. Мовний етикет у сфері бізнесу має, як нормативні (загальномовні), так і специфічні (вживані тільки в певній сфері спілкування) форми. Ввічливість в бізнес-спілкуванні асоціюється з коректністю, логічністю, чіткістю форм виразу. Оформлення етикетного питального вислову в мові бізнес-леді виявляється на всіх мовних рівнях: в лексичному наповненні (обов'язкове вживання нормативної лексики, літературних форм сучасної англійської мови з використанням професійної термінології бізнесу), в граматичній структурі (правильна синтаксична будова питальних структур разом з широким вживанням розповідних конструкцій для передачі

питальних значень), а також в просодичному оформленні.

Теоретичне і експериментальне дослідження показало, що просодична організація ввічливих питань у сфері бізнесу має суто специфічну дистрибуцію просодичних маркерів. Просодія даного типу вислову повністю залежна від його комунікативної мети і корелює з його формальною структурою.

Пропонована робота, виконана в руслі сучасної комунікативної лінгвістики і має, на наш погляд, певне теоретичне, і прикладне значення. При цьому необхідно підкреслити, що спілкування у сфері бізнесу є особливою функціональною, професійно-орієнтованою мовною підсистемою, що знаходиться в надрах офіційно-ділового стилю і має в своїй основі літературну форму сучасної офіційно-розмовної англійської мови.

У результаті аудиторського аналізу з'ясувалося, що ввічливі питання у сфері бізнесу відрізняються на рівні сприйняття специфічною просодичною структурою, що характеризується певним кількісним співвідношенням акустичних сприйманих ознак.

Висотна структура проаналізованого матеріалу на рівні сприйняття характеризується найбільшою кількістю випадків середнього висотного рівня (40%), меншою кількістю випадків високого рівня (34%) і найменшою кількістю випадків низького рівня (26%).

Енергетична структура ввічливих питань у сфері бізнесу відрізняється більшою кількістю фраз, вимовлених голосно (47%), середньою кількістю фраз, вимовлених з середньою гучністю (35%), і невеликою кількістю фраз, вимовлених тихо (18%).

Темпоральна структура досліджуваного експериментального матеріалу характеризується найбільшою кількістю повільно вимовлених фраз (46%), більше ніж удвічі перевищуючою кількістю фраз, вимовлених середнім темпом (22%), і дещо перевищуючою кількістю фраз, вимовлених швидко (32%).

Найхарактернішим для фраз, що підлягали аудиторському аналізу, був

визнаний спадний мелодійний контур, зафіксований аудиторами в 59% випадків. Другим за частотністю був визнаний спадно-висхідний мелодійний контур (20%). Висхідний і мішаний мелодійні контури завершення зустрічалися при прочитанні висловів досить рідко (в 7% і 14% випадків відповідно). При цьому слід зазначити, що висхідно-спадний мелодійний контур зовсім не був зафіксований аудиторами.

Таким чином, переважна кількість висловів, що характеризуються середнім і високим висотним рівнем, підвищеною гучністю і контрастним темпом вимови свідчить про емоційну насиченість проаналізованого експериментального матеріалу.

Результати аналізу просодичної організації ділових діалогічних єдностей показав наявність тісного зв'язку динамічної структури тексту з ранговим становищем комунікантів – жінок. Динамічний компонент інтонації (гучність) відіграє важливу роль у створенні мовленнєвого портрета жінки-начальника; тональний рівень та діапазон висловлювань є інформативним параметром для диференціації рангового становища жінки в англomовному діловому діалогічному дискурсі.

Результати дослідження темпорального параметра інтонації свідчать про те, що темп відіграє значну роль у діловому англomовному мовленні, будучи засобом впливу в мовленні жінок-начальників. Дослідження темпу та типів пауз, що обрамляють ключові репліки, показало істотні відмінності між діалогічними єдностями за участю жінок-начальників і жінок-підлеглих.

Прикладне значення роботи полягає в можливості використання результатів дослідження в практиці викладання іноземної мови, при підготовці фахівців в області бізнесу.

У зв'язку з подальшим розвитком сучасного суспільства усні ділові контакти набувають все більшого значення в усіх областях міжнародного життя. Дослідження мови даної сфери професійної діяльності заслуговує пильної уваги вчених з метою використання одержаних даних для досягнення найбільшої ефективності в усному спілкуванні у сфері бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антонов О.И. Английский язык для бизнесменов. - М., 1991. - 294 с.
2. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата / Н.Д. Арутюнова // Известия АН СССР. Сер. лит-ры и языка. - 1981. - Т. 40. - № 4. - С. 356-367.
3. Берн Шон. Гендерная психология: Пер. с англ. – М.: Олма-Пресс, 2004. – 320 с.
4. Бобырева Е.В. Семантика и прагматика инициальных и финальных реплик диалога: Автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.19 / ВГПУ. — Волгоград, 1996. - 22 с.
5. Богацкий И. С., Дюканова Н. М. Бизнес-курс английского языка. – Киев: Логос, 1998. – 352 с.
6. Бройнинг Г. Руководство по ведению переговоров: Рекомендации для успешного проведения переговоров / Пер. с нем. С.П.Казанцева. - М.: ИНФРА-М, 1996. - 112 с.
7. Введенская Л. А., Павлова Л. А. – М., 2004. – 512 с.
8. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий: варианты речевого поведения / Т.Г. Винокур. - М.: Наука, 1993. - 171 с.
9. Волошин В.Г., Григорян Н.Р., Музя Е.М., Олинчук В.В. Методы обработки результатов экспериментально-фонетических исследований речи и их лингвистическая интерпретация. – Одесса: ВМВ, 2011. – 202 с.
10. Вудвард, Алісон Е. На шляху до гендерної рівноваги. – К., 2002. – 285 с.
11. Грэй Джон. Венера и Марс на работе: Пер. с англ. – София, 2003. – 320 с.
12. Дейк Т.А., ван. Язык. Познание. Коммуникация./ Пер. с англ. - М., 1989. - 349 с.
13. Душкина М. Р. Психология влияния: деловое общение. – Санкт-Петербург: Питер, 2004. – 224 с.
14. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: ИТДГК "Гнозис", 2002. – 333 с.

15. Ключев Е.В. Речевая коммуникация: Учеб. пособие для университетов и институтов / Е.В. Ключев. - М.: Рипол классик, 2002. - 320 с.
16. Курбатов В. И. Либо деловая, либо женщина. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – 384 с.
17. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. – М.: Смысл, 1999. – 288 с.
18. Лукьянова Н. А. Настольная книга бизнесмена. – М.: Руссо, 1996. – 576 с.
19. Макаров М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе / М.Л.Макаров. - Тверь: Изд-во Тверского госуд. университета, 1998. - 199 с.
20. Олинчук В.В., Ланчуковская Н.В. Просодические портреты иронии в гендерных рамках // Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна №632 (42). – Харків: ХНУ, 2004. – С.142 -146
21. Основы теории гендеру: Навчальний посібник. – К.: К.І.С., 2004. – 536 с.
22. Пиз Алан, Пиз Барбара. Мужчина и женщина: правила параллельной парковки. – М.: Эксмо, 2003. – 128 с.
23. Соловьев Э. Я. Современный этикет: деловой протокол. – М.: Ось-89, 2001. – 208 с.
24. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. – Киев: Фитосоциоцентр, 2002. – 336 с.
25. Сусов, И.П. Аристов, С.А. Коммуникативно-когнитивная лингвистика и разговорный дискурс // Лингвистический вестник. - Ижевск, 1999. - Вып. 1. - С. 3-15.
26. Сухих С.А., Зеленская В.В. Прагмалингвистическое моделирование коммуникативного процесса.- Краснодар, 1998.- 159 с.
27. Хачатурова М. Ф. Английский язык для деловых контактов. – Киев: Аконт, 1997. – 272 с.
28. Шелкова Т. Г., Лясецкая Л. А. Деловой английский. – М.: Вече, 1997. – 336 с.

29. Шкворченко Н.М. Просодичне оформлення гендерної належності комунікантів в англомовному офіційно-діловому діалогічному дискурсі (інструментально-фонетичне дослідження). Автореф. дис.канд.філол.наук: 10.02.04 – германські мови. – Одеса, 2012. – 20 с.

30. Argyle M., Furnham J.A. Social situations. – L., N.Y., 1981. – 200 p.

31. Brieger N., Comfort J. Advanced Business Contacts. London. - New York: Prentice Hall, 1993. - 249 p.

32. Brown P., Levinson S. Politeness: Some universals in language usage. – Cambridge: Univ. Press, 1987. – 345 p.

33. Crystal, David. The Cambridge Encyclopedia of the English Language. - N.Y.: Cambridge University Press, 1995.

Досліджувана література

34. Evans David. Powerhouse: An Upper Intermediate Business Course. – Edinburgh: Longman, 2001. – 160 p.

35. Ellis Mark, O'Driscoll Nina. Socializing. – London: Longman, 2002. – 96 p.

36. O'Connor, Philip, Pilbeam Adrian, Scott-Barret Fiona. Negotiating. – London: Longman, 2000. – 96 p.

37. Roger Owen. BBC Business English. - Деловой английский : BBC English (аудиокурс).- М.: Афон, Дельта, 1998. - 210 с.

SUMMARY

The present work is dedicated to one of the topical problems of modern linguistics in its communicative paradigm - the problem of successful business communication. The immediate aim of the paper is to create a speech portrait of an English speaking business lady on the basis of the analysis of lingual and extralingual level of dialogical business discourse.

The material of the investigation constitutes dialogical fragments obtained from Internet resources and extracted from authentic films and audio courses by means of complete selection. General volume of soundtracks is 45 minutes.

In this research the following methods were used: 1) domestic and foreign literature analysis, as well as the Internet-resources in the field of dialogical business discourse and extra linguistics; 2) sample collection of the business dialogues that include verbal and non verbal components; 3) the analysis of these dialogues on the lexico-syntactical and prosodic levels.

The aims of this study formed its structure. This work consists of an introduction, three chapters of the main part, conclusion and list of literature used.

The first part is introductory and mainly expository. It is devoted to the theoretical aspects of the business communication in general and the most frequently used business functions in particular.

The second part includes the language parameters of the business dialogues, their lexico-syntactical peculiarities and extra linguistic factors influencing business negotiations. This part also describes the phrases put in the question form and the possible replies to them in the official discourse according to the etiquette norms.

In the process of the analysis the following conclusions were made:

The positive result of business negotiations depend on several factors:

1. Observing etiquette norms.
2. Choosing appropriate means of expression and some particular line of behavior.

3. Taking into account non verbal components of speech, such as intonation, that is one of the most important means of influence on the potential partner, body language, dress code etc.

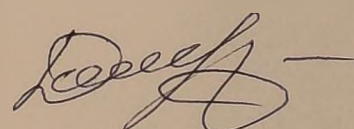
A lady who desires to succeed in business meetings should possess the “art of persuasion” that means: a) taking into account psychological peculiarities of the interlocutor; b) possessing skills to ask questions correctly and to encourage the interlocutor to conversation; c) to use correctly definite functions.

In the present work it has been found out that the choice of the conversational style depends on hierarchical position of the interlocutor, and the following conclusion was made: the neutral conversational style prevails upon other styles.

Nowadays business conversation becomes freer in spite of observing many rules, which helps to reach agreement and success.

The phonetic experiment described in the third part including auditory analysis proved the correctness of results of the business discourse intonation investigation and determined certain parameters as tempo, loudness, melody, pitch range, etc. characteristic to English speaking business women.

The results of the investigation may be applied in the secondary and higher educational institutions for the business English course study.

A handwritten signature in cursive script, appearing to read 'Dobry', followed by a horizontal line.