



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»

<https://vfn-journal.ru>

2025, Том 5, № 12 / 2025, Vol. 5, Iss. 12 <https://vfn-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)

УДК 81.25

¹ Бочкарева Т.С.

¹ Оренбургский государственный университет

Типология коммуникативных стратегий в русской и английской деловой коммуникации: сопоставительный анализ

Аннотация: в статье представлен сопоставительный анализ коммуникативных стратегий в русской и английской деловой коммуникации. Актуальность исследования обусловлена потребностями международного бизнеса, где эффективность кросс-культурного взаимодействия зависит от понимания национально-культурных особенностей делового общения.

Цель работы – выявление дифференцирующих признаков коммуникативных стратегий в русском и английском деловом дискурсе. Методологической основой исследования стала классификация Е.И. Шейгал. Эмпирическую базу составил корпус из 800 текстов деловой коммуникации.

Результаты выявили существенные различия: русский дискурс характеризуется антропоцентрической моделью с ориентацией на персонифицированные отношения и использованием фатической коммуникации, в то время как английский демонстрирует логоцентрическую модель с акцентом на прямую ясность и деперсонифицированное общение.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения результатов для разработки учебных программ по межкультурной коммуникации, направленных на повышение эффективности делового взаимодействия между представителями русской и английской лингвокультур.

Ключевые слова: коммуникативные стратегии, деловой дискурс, межкультурная коммуникация, сопоставительный анализ, русская лингвокультура, английская лингвокультура

Для цитирования: Бочкарева Т.С. Типология коммуникативных стратегий в русской и английской деловой коммуникации: сопоставительный анализ // Вестник филологических наук. 2025. Том 5. № 12. С. 6 – 10.

Поступила в редакцию: 02 ноября 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 16 ноября 2025 г.; Принята к публикации: 24 декабря 2025 г.

¹ Bochkareva T.S.

¹ Orenburg State University

Typology of communicative strategies in Russian and English business communication: a comparative analysis

Abstract: this article presents a comparative analysis of communicative strategies in Russian and English business communication. The relevance of the study is driven by the needs of international business, where effective cross-cultural interaction depends on understanding the national and cultural specifics of business communication.

The aim of the study is to identify the differentiating features of communicative strategies in Russian and English business discourse. The methodological framework is based on E.I. Sheigal's classification. The empirical data comprises a corpus of 800 business communication texts.

The results reveal significant differences: Russian discourse is characterized by an anthropocentric model focusing on personalized relationships and phatic communication, while English discourse demonstrates a logocentric model emphasizing direct clarity and depersonalized communication.

The practical significance of the study lies in the potential application of its findings for developing intercultural communication training programs aimed at enhancing business interaction effectiveness between representatives of Russian and English linguistic cultures.

Keywords: *communicative strategies, business discourse, intercultural communication, comparative analysis, Russian linguistic culture, English linguistic culture*

For citation: Bochkareva T.S. Typology of communicative strategies in Russian and English business communication: a comparative analysis. Philological Sciences Bulletin. 2025. 5 (12). P. 6 – 10.

The article was submitted: November 02, 2025; Approved after reviewing: November 16, 2025; Accepted for publication: December 24, 2025.

Введение

Деловая коммуникация как лингвокультурный феномен представляет собой неотъемлемый компонент профессионального дискурса [2]. Ее эффективность детерминирует успешность реализации ключевых бизнес-процессов, включая заключение сделок, ведение переговоров и корпоративное взаимодействие. Культурно-обусловленные факторы, такие как специфика менталитета, ценностные ориентации и особенности языкового кода, оказывают существенное влияние на селекцию коммуникативных стратегий участниками интеракции [3]. Выявление инвариантных и вариативных элементов коммуникативного поведения репрезентантов различных лингвокультур способствует минимизации коммуникативных сбоев (дисфункций) и оптимизации делового диалога [7].

Целью настоящего исследования является идентификация и систематизация дифференцирующих признаков коммуникативных стратегий, актуализируемых в русскоязычном и англоязычном деловом дискурсе, посредством метода сопоставительного анализа. В фокусе исследования находятся как вербальные, так и паралингвистические средства, конституирующие бизнес-коммуникацию. Исследование нацелено на выявление универсалий и идиоэтнической специфики каждого типа дискурса, а также на разработку практических рекомендаций для усиления эффективности межкультурной коммуникации.

Актуальность проблематики исследования обусловлена интенсификацией международных бизнес-контактов и формированием глобального полилогического пространства [1]. В современных условиях представляется imperative учитывать дискурсивные различия, детерминированные национально-культурной принадлежностью коммуникантов, традициями и когнитивными моделями ведения дел [8]. Многочисленные исследования в области лингвокультурологии и межкультурной коммуникации подчеркивают значимость учета этнокультурного компонента при выборе эффективных моделей передачи интенций в международной среде [7].

Научная новизна исследования заключается в разработке интегративной типологии коммуникативных стратегий применительно к русскому и английскому деловому дискурсу, в анализе культурной детерминации выбора тех или иных тактик и в формулировании принципов оптимизации межкультурного взаимодействия на основе выявленных дискурсивных закономерностей.

Практическая значимость работы определяется возможностью апробации полученных результатов в сфере подготовки филологов-практиков, лингвоучей и сотрудников международных компаний. Материалы исследования могут быть использованы для совершенствования учебных курсов и тренингов по развитию кросс-культурной компетенции, а также для регламентации и структурирования переговорных процессов.

Материалы и методы исследований

Исследование базируется на методологии контент-анализа корпуса аутентичных текстов деловой коммуникации на русском и английском языках. Объектом анализа выступили документные жанры: деловая переписка, протоколы совещаний, стенограммы публичных выступлений и интервью с представителями бизнес-сообществ обеих лингвокультур. Всего было проанализировано свыше 800 текстовых фрагментов, включая электронные письма, презентационные материалы, публичные выступления и транскрипты переговоров.

В качестве теоретико-методологической основы для категоризации коммуникативных стратегий была использована классификация, предложенная Е.И. Шейгал [9]. В соответствии с данной моделью, стратегии подразделяются на следующие таксономические группы:

- Прямые vs. косвенные стратегии (эксплицитные vs. имплицитные способы репрезентации интенции) [9].
- Активные vs. пассивные стратегии (инициативные vs. реактивные модели речевого поведения) [9].
- Стратегии консенсуса vs. конфронтации (конформные vs. конфликтные сценарии интеракции) [9].

• Ритуальные (этикетные) vs. инструментальные стратегии (фатические vs. информационно-целевые модели) [9].

Для обработки эмпирического материала применялись методы качественного и количественного анализа, включая идентификацию частотности употребления определенных речевых формул, семантический анализ ключевых лексических единиц и интерпретацию их употребления в конкретных прагматических контекстах.

Результаты и обсуждения

Проведенный анализ позволил верифицировать ряд значимых тенденций, характеризующих русский и английский стили делового общения.

Специфические черты русской деловой коммуникации.

Русская лингвокультура в ее деловой ипостаси исторически характеризуется чертами коллективизма, иерархичности и выраженной ориентацией на установление доверительных, персонифицированных отношений [3] (феномен «блата» в его позитивной трактовке). Данные особенности находят свое отражение в предпочитаемых дискурсивных практиках. В частности, для русскоязычных коммуникантов характерна стратегия фатической коммуникации, направленная на установление и поддержание личного контакта [4], эмоциональной вовлеченности и демонстрации искреннего интереса к партнеру. Широко используются такие тактики, как вербализация комплиментов, иронии, юмора и включение элементов личного характера даже в формальные сценарии общения.

Прямая коммуникация, безусловно, присутствует в русском дискурсе, однако актуализация прямой критики и открытых конфликтных интеракций встречается реже, нежели в англоязычной среде. Русские коммуниканты зачастую прибегают к стратегии избегания конфронтации, используя эвфемизмы, смягчающие модальные конструкции и имплицитные формы выражения несогласия, особенно в ситуациях отказа или расхождения во мнениях.

Использование ритуальных (этикетных) формул приветствия и прощания является обязательным для русской коммуникативной культуры. Релевантными примерами служат развернутые формулы благодарности («Примите мою искреннюю благодарность») и пожелания («Всего наилучшего»). Однако данная вежливость редко сводится к сухой формальности и часто окрашивается в подчеркнуто дружественные, почти интимные тона, что отражает стремление к сокращению социальной дистанции.

Характеристика английской деловой коммуникации.

Английская деловая лингвокультура, в свою очередь, базируется на принципах индивидуализма, функциональной эффективности и толерантности к открытой экспликации позиций [6]. Британские коммуниканты тяготеют к стратегии прямой ясности (clarity), избегая полисемии и двусмысленности [6]. Значительное внимание уделяется детализации договоренностей и контрактному, деперсонифицированному стилю изложения, с предпочтением структурированных и логически выверенных форм письменной и устной речи.

Стратегия консенсуального разрешения ситуаций проявляется в стремлении к достижению компромисса и нейтрализации потенциальных конфликтов. Для этого активно применяются тактики активного слушания, уточняющих вопросов и апелляции к рациональным аргументам. В отличие от русских коллег, носители англосаксонской культуры демонстрируют меньшую склонность к экстраполяции деловых отношений в личную сферу, ценя строгую субординацию и соблюдение процессуальных регламентов.

Ритуальные формулы в английском деловом общении носят в большей степени формальный, стандартизированный характер, регламентированный правилами «хорошего тона» (etiquette). Приветствия и заключительные формулы в письмах стандартны и лишены эмоциональной маркированности.

Кросс-культурные сопоставления.

Сравнительный анализ выявляет фундаментальные различия, оказывающие непосредственное воздействие на процесс интеракции. Русскоязычным коммуникантам свойственна антропоцентрическая модель общения с акцентом на межличностный раппорт, в то время как англоязычные участники ориентированы на логоцентрическую модель с фокусом на факты и логическую аргументацию [3]. Использование юмора, метафор и культурно-специфических аллюзий характерно преимущественно для русской аудитории, тогда как английский подход прагматически нацелен на однозначность и прозрачность семантики высказываний.

Различные темпоральные перспективы также находят отражение в дискурсивных практиках. Русские коммуниканты склонны к макровременной ориентации, рассматривая долгосрочные горизонты партнерства, в то время как британцы фокусируются на микровременных аспектах – текущих результатах и краткосрочной эффективности.

Наряду с отмеченными дивергентными чертами, фиксируются и конвергентные процессы. Обе лингвокультуры демонстрируют приверженность корпоративной этике и взаимному уважению. Участники коммуникации с обеих сторон стремятся к конструированию позитивного имиджа бренда и укреплению репутации организации.

Кроме того, наблюдается тенденция к глобализации делового дискурса, ведущая к конвергенции стилей и формированию гибридных, интернациональных моделей взаимодействия. Современные реалии требуют адаптации традиционных национальных дискурсивных практик к условиям глобального рынка, что порождает новые, синкретичные формы деловой коммуникации.

Выводы

Проведенное исследование позволило констатировать наличие значимых дивергенций в репертуаре коммуникативных стратегий, актуализируемых русскими и английскими участниками делового общения [3, 6, 9]. Установлено, что русский деловой дискурс характеризуется ориентацией на установление персонифицированных отношений, использованием имплицитных методов воздействия и интеграцией эмоционального компонента. Английский деловой дискурс, напротив, демонстрирует приверженность эксплицитным сообщениям, строгой текстовой архитектонике и формализованным способам поддержания профессиональных отношений.

Вместе с тем, идентифицированы и универсальные элементы, среди которых – респектация норм корпоративной этики, стремление к достижению взаимовыгодных синергетических эффектов и готовность к определенной степени адаптации в условиях меняющейся внешней среды.

Полученные результаты создают теоретическую базу для разработки специализированных образовательных программ, нацеленных на формирование высокой степени дискурсивной компетентности персонала в условиях мультикультурного пространства современного бизнеса [4, 7]. Перспективы дальнейших исследований видятся в углубленном изучении нюансов рецепции, интерпретации и имплементации конкретных стратегий в зависимости от жанрово-стилистических особенностей контекста и прагматических целей коммуникации, в том числе с привлечением методов когнитивной лингвистики и дискурса-анализа.

Список источников

1. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. 352 с.
2. Карасик В.И. Язык социального статуса: монография: 2-е изд., стер. М.: Флинта, 2022. 330 с.
3. Клайн М. Межкультурная коммуникация в работе: культурные ценности в дискурсе. Кембридж: Издательство Кембриджского университета, 2021. 288 с.
4. Ларина Т.В. Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах: монография: 4-е изд., стер. М.: Флинта, 2021. 256 с.
5. Олешков М.Ю. Основы функциональной лингвистики: дискурсивный аспект: учебное пособие. Екатеринбург: Уральский гос. пед. ун-т, 2020. 212 с.
6. Спенсер-Оутри Х., Франклин П. Межкультурное взаимодействие: междисциплинарный подход к межкультурной коммуникации: 2-е изд. Лондон: Пэлгрейв Макмиллан, 2021. 288 с.
7. Фантини А.Э., Тирмизи Б.К. Межкультурная коммуникативная компетенция в образовательном обмене: международная перспектива. Нью-Йорк: Рутледж, 2020. 312 с.
8. Чжу Ю. Исследование межкультурной коммуникации: язык в действии: 2-е изд. Нью-Йорк: Рутледж, 2020. 264 с.
9. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: монография. Волгоград: Перемена, 2000. 367 с.
10. Щурина Ю.В. Вербальные и невербальные средства делового дискурса: сопоставительный анализ на материале русского и английского языков // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15. № 3. С. 852 – 857.

References

1. Grushevitskaya T.G., Popkov V.D., Sadokhin A.P. Fundamentals of Intercultural Communication: A Textbook for Universities. Moscow: UNITY-DANA, 2015. 352 p.
2. Karasik V.I. The Language of Social Status: A Monograph: 2nd Edition, Stereotype. Moscow: Flinta, 2022. 330 p.
3. Klein M. Intercultural Communication at Work: Cultural Values in Discourse. Cambridge: Cambridge University Press, 2021. 288 p.

4. Larina T.V. The Category of Politeness in English and Russian Communicative Cultures: A Monograph: 4th Edition, Stereotype. Moscow: Flinta, 2021. 256 p.
5. Oleshkov M.Yu. Fundamentals of Functional Linguistics: The Discourse Aspect: A Manual. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University, 2020. 212 p.
6. Spencer-Awtrey H., Franklin P. Intercultural Interaction: An Interdisciplinary Approach to Intercultural Communication: 2nd ed. London: Palgrave Macmillan, 2021. 288 p.
7. Fantini A.E., Tirmizi B.K. Intercultural Communicative Competence in Educational Exchange: An International Perspective. New York: Routledge, 2020. 312 p.
8. Zhu Yu. Research on Intercultural Communication: Language in Action: 2nd ed. New York: Routledge, 2020. 264 p.
9. Sheigal E.I. Semiotics of Political Discourse: A Monograph. Volgograd: Peremena, 2000. 367 p.
10. Shchurina Yu.V. Verbal and Non-Verbal Means of Business Discourse: A Comparative Analysis Using Russian and English Languages. Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues. 2022. Vol. 15. No. 3. P. 852 – 857.

Информация об авторах

Бочкарева Т.С., кандидат педагогических наук, доцент, Оренбургский государственный университет, bosykarevatc@rambler.ru

© Бочкарева Т.С., 2025