

На правах рукописи

ШЕСТАКОВА Ольга Александровна

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
АДМИНИСТРАТИВНОГО ДИСКУРСА В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

5.9.8. – Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная
лингвистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Майкоп – 2023

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Адыгейский государственный университет»

Научный руководитель **Евтушенко Оксана Александровна,**
доктор филологических наук, доцент

Официальные оппоненты: **Бредихин Сергей Николаевич,**
доктор филологических наук, доцент,
кафедра теории и практики перевода
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский
федеральный университет», профессор;

Катермина Вероника Викторовна,
доктор филологических наук, профессор,
кафедра английской филологии ФГБОУ
ВО «Кубанский государственный
университет», профессор

Ведущая организация: ФГАОУ ВО «Волгоградский
государственный университет»
(г. Волгоград)

Защита диссертации состоится 31 марта 2023 г. в 13.00 на заседании диссертационного совета по филологическим наукам 24.2.267.03 при ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет» по адресу: 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Первомайская, 208, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке им. Д.А. Ашхамафа по адресу: 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Пионерская, 260 и на сайте университета: <https://adygnet.ru/nauka/aspirantura-doktorantura-dissertatsionnye-sovety/dissertation/5035/>

Автореферат разослан _____ 2023 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук,
доцент

Е.А. Богданова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемое диссертационное исследование посвящено исследованию административного дискурса в эпоху глобализации с точки зрения ее всестороннего воздействия, выявлению лингвистических особенностей данного вида общения, выявлению коммуникативных паттернов и норм поведения, обусловленных процессом глобализации. Основным интересом представляет выявление особенностей административного дискурса в данную эпоху, в силу того, что, данное статусно-ориентированное общение, является проводником культуры общения руководителя и подчиненного. Обладание знанием особенностей современного административного дискурса является необходимым элементом для успешной интеграции в профессиональную трудовую деятельность в эпоху глобализации, своевременного распознавания перспектив и рисков, которые формируют глобалистические тенденции современного общества.

Степень разработанности проблемы. В настоящее время рассмотрение дискурсов сквозь призму глобализации становится весьма актуальным из-за ускоренной адаптации к мировым изменениям в отечественной практике, что находит отражение в многочисленных исследованиях.

В последние десятилетия наблюдаются исследования, посвященные изучению глобализации в рамках определенного дискурса [Аликаева, 2009; Гриценко, 2013; Евтушенко, 2018; Желтухина, 2018; Карасик, 2013; Крюкова, 2004; Куликова, 2015; Скороходова, 2008; Ширяева, 2014 и др.]; изучению административного дискурса [Барсегян, 2018; Евтушенко, 2011, 2013, 2015, 2017, 2018, 2020; Котлярова, 2018; Янкина, 2021]; изучению лингвосомиотических особенностей дискурсов [Астафурова, 2008, 2013, 2014, 2016; Гончарова, 2015; Джумагалиева, 2014; Зубкова, 2011; Кириллова, 2010; Олянич, 2004, 2008, 2013; Шейгал, 2000; Янушкевич, 2009 и др.]; изучению Интернет-общения в рамках определённого дискурса [Ахренова, 2018; Асмус, 2005; Горина, 2015; Горошко, 2008; Галичкина, 2001; Лутовинова, 2007; Лысенко, 2010; Шилова, 2018 и др.].

Несмотря на возрастающий разноплановый интерес к изучению влияния глобализации на коммуникации и наличие ряда исследований, посвященных данной тематике в рамках лингвистических исследований, до сих пор специально не ставился вопрос о выявлении и описании лингвистических характеристик административного дискурса в эпоху глобализации.

Актуальность темы исследования продиктована следующими причинами:

1. Изучение процессов коммуникации и различных дискурсов через призму глобализации является одним из перспективных направлений языкознания, однако некоторые понятия этой области знания, включая определения базовых категорий, трактуются неоднозначно и требуют более четких дефиниций.

2. Административный дискурс обладает широкой сферой функционирования, является сложным типом общения, обладает значительной институциональной спецификой, однако в эпоху глобализации еще не был предметом специального изучения в лингвистике.

3. Изучение лингвистических особенностей административного дискурса в эпоху глобализации представляется важным для успешной интеграции в профессиональную коммуникацию.

Объектом исследования является русский административный дискурс в эпоху глобализации.

Предметом исследования рассматривается реализация лингвистических особенностей административного дискурса в эпоху глобализации.

Материалом исследования послужили словарные дефиниции в толковых и синонимических словарях русского языка, терминологические и нетерминологические словари управленческой лексики, фразеологические словари, словари сленга, энциклопедические словари по различным дисциплинам, видеозаписи тренингов, картотека записей устной и письменной речи руководителей и подчиненных, текстовые фрагменты художественных произведений, текстовые фрагменты, размещенные на сайтах русскоязычного интернета и данные опроса респондентов с целью выявления влияния глобализации на административный дискурс. В качестве единицы анализа рассматривался текстовый фрагмент административного общения. Всего проанализировано около 4500 текстовых фрагментов на русском языке.

Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что современный русский административный дискурс подвержен ускоренному влиянию глобализации и фиксирует специфические лингвистические особенности, обусловленные данным процессом; обозначенные особенности выражаются в лексике, семиотике, нормах рассматриваемого дискурса.

Цель диссертационного исследования заключается в выявлении и описании лингвистических характеристик административного дискурса в эпоху глобализации.

Реализация поставленной цели предусматривает решение следующих **задач**:

1) определить основные лингвистически релевантные процессы глобализации в русском административном дискурсе;

2) установить важнейшие сферы лексических заимствований в русском административном дискурсе;

3) описать семиотику современного административного дискурса в эпоху глобализации;

4) выявить коммуникативные паттерны в электронном общении, обусловленные процессом глобализации;

5) охарактеризовать нормы поведения, принятые в русском административном дискурсе в эпоху глобализации.

Методы исследования. В диссертации использовались следующие методы: общенаучные (наблюдение, интроспекция, анализ, синтез, метод сплошной выборки, метод дедукции, метод опроса) и частнонаучные, лингвистические методы (метод дефиниционного анализа, описательный метод; метод интерпретативного анализа, метод контекстологического анализа). Также в ходе своего исследования мы использовали прием количественных подсчетов.

Теоретико-методологическую базу исследования составили научные идеи и концепции, разработанные в рамках следующих научных направлений:

1) теории дискурса (В. фон Гумбольдт (1984), Ю. С. Степанов (1997), Н. А. Красавский (2000), Г. Г. Слышкин (2000), В. В. Красных (2001), Е. И. Шейгал (2002), А. Д. Шмелев (2002), М. Л. Макаров (2003), В. И. Карасик (2004, 2021), Е. В. Бобырева (2007), И. В. Палашевская (2010), А. В. Олянич (2016), О. А. Евтушенко (2018), И. П. Хутыз (2020), Н. А. Пром (2020), N. Fairclough (1995), G.T. Fairhurst (2008), T. van Dijk (2011) и др.);

2) лингвосемиотики (Е. И. Шейгал (2000), А. В. Олянич (2004), Т. Н. Астафурова (2008), И. Ф. Янушкевич (2009), И. К. Кириллова (2010), О. С. Зубкова (2011) и др.);

3) Интернет-общения (Е. Н. Галичкина (2001), Н. Г. Асмус (2005), О. В. Лутовинова (2007), Е. И. Горошко (2008), С. Лысенко (2010), Е. В. Горина (2015), Н. А. Ахренова (2018), У. С. Шилова, (2018) и др.);

4) теории глобализации (А. А. Гезалов (2012), А. В. Кирилина (2013), Л. А. Коробейникова (2013), М. А. Марусенко (2013), Д. А. Иолкин (2014), А. В. Гусякова (2016) и др.)

5) теории коммуникации (Е. М. Верещагин(1990), В. Г. Костомаров (1990), О. А. Леонтович (2007), О. С. Иссерс (2008, 2012), В. А. Митягина (2008), В. А. Буряковская (2014), Т. В. Матвеева (2014, 2018), В. И. Шаховский (2018) и др.).

На защиту выносятся следующие положения:

1. Административное общение в эпоху глобализации подвергается форматированию по западным образцам, что преимущественно проявляется в лингвосемиотическом, электронном и дискурсивном пространствах.

2. Ведущей тенденцией трансформации административного общения являются различные способы внедрения англоязычных слов и выражений в коммуникации многих организаций: заимствование, калькирования, новые формы словообразования. К важнейшим сферам лексических заимствований относятся «лидерство», «менеджмент», «менторинг».

3. Воздействие глобализации на развитие лингвосемиотического пространства административного общения проявляется в широком применении вербальных и невербальных знаков, шаблонов поведения, эмблем; самыми распространенными невербальными знаками в административном дискурсе являются колоремы, знаки-кинемы, знаки-

иконы, к популярным вербальным знакам относятся гимны, мифы, легенды, памятки и кодексы поведения.

4. В условиях глобализации в электронном пространстве административного дискурса выявляются коммуникативные паттерны, к характерным чертам которых относятся демонстративность, избыточность, поликодовость, вульгаризация, агграматизм, репликовость, размывание границ устной и письменной речи.

5. Коммуникативные нормы административного общения в эпоху глобализации характеризуются следующими аспектами: 1) сближение позиций руководителя и подчиненного; 2) стандартизация корпоративных коммуникаций; 3) интердискурсивность; 4) медиатизация; 5) презентация/самопрезентация; б) манипуляция, выраженная а) провокацией; б) обещанием; в) кооперацией; г) побуждением; д) очернением.

Научная новизна исследования определяется следующими результатами:

- впервые определены основные лингвистически релевантные векторы влияния глобализации на русский административный дискурс;
- установлены важнейшие сферы лексических заимствований в русском административном дискурсе;
- описана семиотика современного административного дискурса в эпоху глобализации;
- выявлены коммуникативные паттерны в электронном общении, обусловленные процессом глобализации;
- охарактеризованы нормы поведения, принятые в русском административном дискурсе в эпоху глобализации.

Теоретическая значимость выполненной диссертационной работы видится во вкладе в теорию дискурса и коммуникации. Выявленные и описанные особенности административного дискурса в эпоху глобализации представляют собой неотъемлемый элемент межкультурного общения, следовательно, способствуют расширению научных знаний о влиянии глобализации на коммуникацию в целом. Выполненное описание знакового пространства административного дискурса позволяет говорить о том, что данное диссертационное исследование вносит вклад в лингвосомиотику, позволяет выявить взаимовлияние лингвистических и экстралингвистических факторов. Изучение влияния глобализации на электронное пространство административного общения представляется значимым в сфере интернет-коммуникаций.

Практическая ценность проведенного диссертационного исследования определяется тем, что основные результаты работы могут найти применение в преподавании вузовских курсов теории дискурса, теории профессиональной коммуникации, лексикологии, а также при написании магистерских и кандидатских диссертаций, выпускных квалификационных работ по данной тематике. Полученные данные могут применяться на коммуникативных тренингах, а также использоваться руководителями в

процессе осуществления своей трудовой управленческой деятельности с целью ее оптимизации.

Апробация. Результаты диссертационного исследования докладывались и обсуждались на заседаниях кафедры «Иностранные языки» Волгоградского государственного технического университета, а также были представлены на конференциях в России: Всероссийской очной научно-практической конференции «Когнитивно-дискурсивное пространство в современном гуманитарном знании» (Краснодар, 23 апреля 2021); Международной научно-практической конференции, посвященной памяти профессора Андрея Владимировича Олянича «Культура. Коммуникация. Дискурс: актуальные вопросы полиязычного пространства» (Волгоград, ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ, 4 ноября 2021); Международной научно-практической конференции «Прорывные научные исследования: актуальные вопросы теории и практики» (Пенза, 30 декабря 2021), а также на внутривузовских научных конференциях Волгоградского государственного технического университета (Волгоград, 2018 – 2022).

По теме диссертации опубликовано 10 научных работ общим объемом 4,37 п.л., в том числе 4 статьи в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования России.

Структура работы. Структура диссертации определена логикой исследования и последовательностью решения поставленных в ней задач. Работа состоит из введения, двух глав (каждая из которых разделена на параграфы), заключения, библиографического списка, списка лексикографических источников и принятых сокращений, списка источников цитируемых примеров и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснована актуальность темы исследования, обозначены объект, предмет; сформулированы цель, задачи и методы исследования; определены новизна, его теоретическая и практическая значимость; сформулированы положения, выносимые на защиту, указываются сведения о структуре, объеме и апробации работы.

В первой главе «Административный дискурс как социолингвистическое явление» производится теоретическое осмысление понятий «общение» и «коммуникация»; выявляются лингвистические аспекты глобализации; рассматриваются трансформации административного дискурса, вызванные влиянием глобализационных процессов.

Проблему соотношений понятий «общение» и «коммуникация» затрагивают в своих работах Ю. И. Мирошников, А. М. Агальцев, Г. Степанова, Е. А. Вержинская, О. Н. Морозова, О. А. Базылева. Данные понятия нередко используются в научной литературе как взаимозаменяемые.

В данном исследовании нас интересует понятие «социальное общение» и содержащийся в нем компонент статусного взаимодействия в трудовой деятельности.

Современная наука рассматривает деятельность в единстве с общением. Административная деятельность, прежде всего, включает управление, наряду с другими своими функциями (анализ, организация работы, распределение полномочий, контроль, оценка, координация работы служащих и др.). Можно выделить три подхода к пониманию взаимосвязи общения и деятельности: 1) общение и деятельность – это две грани одного процесса, 2) общение – разновидность деятельности, 3) деятельность является условием протекания общения. Таким образом, управленческая деятельность не может существовать без общения между деятелями.

Мы выделяем следующие составные элементы административного общения, которые мы относим к значимым в рамках нашего исследования:

1) Субъект и объект административного общения (руководитель и подчинённый);

2) Мотивы административного общения (совместная трудовая эффективная деятельность);

3) Задачи административного общения (управление, контроль, оценивание, информирование);

4) Действия административного общения (приказы, распоряжения, замечания, информирование, порицание, похвала, отчет, запрос);

5) Способы и средства административного общения (вербальные, невербальные, смешанные);

6) Формы административного общения (устные, письменные, вертикальные, горизонтальные);

7) Функции административного общения (распорядительная, контролирующая, оценочная, координирующая) [Леонтьев, 1999].

Вслед за учеными, уделяющими внимание невербальному общению (П. И. Воеводина, Я. Ю. Козлова, В. А. Лабунская, О. В. Лунева и др.), мы изучили административное невербальное общение. При прямом и опосредованном общении индивиды используют как вербальные, так и невербальные средства. В ситуациях, когда данные виды общения противоречат друг другу, адресат склонен отдавать приоритет невербальному общению, т.к. оно воспринимается как более правдивое.

Последние тенденции в области управления персоналом, менеджмента и экономики способствуют освоению новых гибких форм регулирования социально-трудовых отношений, а также более эффективному использованию нематериальных активов (человеческий капитал, бренды, мотивацию) для обеспечения конкурентоспособности корпорации [Иолкин, 2014]. Эти тенденции находят отражение в лингвистических изменениях.

Вслед за В. И. Карасиком, мы рассматриваем глобализацию как «унификацию мировой культуры под воздействием доминирующего цивилизационного направления» [Карасик, 2014]. Доминирующая

цивилизация оказывает влияние на образцы социально-культурного, а также коммуникативного поведения. В конце XX в. в России появились массовые калькирования и заимствования западных образцов речи, использования грамматики, поведения, функционирования дискурсов.

Отметим, что под влиянием глобализационных процессов количество обслуживающих одну и ту же сферу дискурсов становится больше, что связано с заимствованием дискурсивных практик, жанров и дискурсов целиком. Например, основные виды дискурса высшего учебного заведения это педагогический, университетский, научный. С приходом глобализации в ВУЗе появились рекламный дискурс, интернет дискурс.

К основным лингвистическим процессам в эпоху глобализации мы отнесли: интеграцию, регионализацию, дифференциацию, компрессию языка, технологизацию коммуникативных практик.

Появление транснациональных компаний способствовало усилению роли организационной культуры внутри компаний. Внедряются новые формы управления и организационной культуры, а вместе с ними усваиваются западные коммуникативные паттерны, дискурсивные практики, заимствуется лексика.

Глобализация отразилась на различных кодовых системах административного дискурса: языке, лингвосомиотике, дискурсивных практиках.

Лексика наиболее подвержена изменениям в сравнении с другими языковыми пластами. Выделим следующие группы англицизмов: 1) наличие английских аффиксов/словосочетаний в составе лексемы (*мейнстрим, олдскул, прайс-лист*); 2) наличие как английских, так и русских аффиксов/словосочетаний в лексеме (*джобить, юзать, загуглить*); 3) сокращенная форма английских лексем (*комп* – «компьютер», *скрин* – «скриншот», *инет* – «интернет», *ноут* – «ноутбук»). Слова второй группы являются особенно активными лексемами, так как, русифицируясь с помощью аффиксов, приобретают категории частей речи и становятся более привлекательными для использования носителями русского языка. Особенно часто такие лексемы с разветвленной группой однокоренных слов встречаются в молодежном сленге, например: *юзер* – *юзать* – *поюзать* – *поюзанный* [Чурсина, 2021].

Соглашаясь с воззрениями О. А. Евтушенко, стоит отметить, что огромное число заимствований из сферы управления связано с новейшей тенденцией – заимствованием ядерного концепта «менеджмент» из англосаксонского административного дискурса [Евтушенко, 2018]. Вербально специфика проявления этого концепта выражается в следующем: высказывания четко структурированы, семантически и прагматически нацелены на то, чтобы воздействовать на объект (подчиненного). Установки, прописывающие нормы, в том числе, вербального поведения в управленческом общении зафиксированы в «кодексах этики» или корпоративных книгах/кодексах (*corporate codes*) транснациональных

корпораций. В них обозначается, что фамильярность недопустима, а формулы вежливости преобладают над вербальной агрессией.... Политкорректность (political correctness), а точнее «коммуникативная корректность» (communicative correctness) является одним из значимых компонентов концепта «management» в американской лингвокультуре. В рамках коммуникативной корректности адресанту управленческого общения приходится выбирать как лексическое наполнение своей речи, так и просодическое оформление, в целом демонстрируя позитивное отношение к адресату общения [Климин, 2011].

Второе, что нам удалось выявить среди изменений в строе языка административного общения, это трансформации на грамматическом уровне. Воззрения В. Ю. Копрова об особенностях национального русского административного общения, среди которых: денотативная точность высказываний, массовые заимствования, широкое использование пассивных, безличных и определенно-личных предложений представляются нам значимыми [Копров, 2008].

Обнаружены изменения в разговорном этикете административного общения. В институциональном общении выявлено сглаживание иерархии, что связано с изменениями в современной организационной структуре компаний, называемой «проектная структура» или «плоская структура». В подтверждение этому приведем цитату Н. Соболевой Вице-президент OCS Distribution: *«В плоской структуре значение формального лидерства сводится к минимуму, что значительно упрощает контакты между топ-менеджментом и низовым персоналом, – говорит Соболева. – В нашей компании президент может спокойно общаться с любым продакт-менеджером, хотя тот не находится у него в непосредственном подчинении, и непосредственный начальник сотрудника не будет в обиде»* [Иерархия - мать порядка, www].

Зафиксировано появление в административном общении новых формул приветствия, что связано с новыми формами общения посредством электронных писем и мессенджеров. Например, *«Доброй ночи!»* - фраза, являвшаяся ранее прощанием, теперь является приветствием в переписке. Или новое приветствие *«Доброго времени суток!»*, появившееся в силу того, что коммуникация может иметь место непосредственно в момент, когда адресат и адресант проживают в разных часовых поясах [Пахомова, 2012].

Язык в глобализирующемся мире стремится к компрессии, сокращению, к сокращению стремятся и носители языка, экономя свои усилия подобными фразами: *«Ув. Александра Владимировна! Сообщите, пжл., как получите информацию»*, *«С ув. А.И., ст. преп. каф. ТОНС»* [КЗПР]. Отметим, что подобная компрессия встречается в письменной форме административного общения. Сообщения *«с ув.»* и *«пжл.»* легко узнаваемы участниками любой профессиональной сферы административного общения, так как сокращаются слова и фразы повседневного делового этикета.

С появлением новых технологий, электронное общение многими пользователями глобальной сети воспринимается как действительное реальное общение со всеми его функциями, поэтому Интернет-коммуникация в настоящее время широко используется в деловой, профессиональной, административной сферах. Наиболее популярные жанры: электронное письмо (запрос, приглашение, отчет, напоминание, информирование и так далее), сообщение в мессенджере (информирование, запрос), сообщение в «рабочем чате», общение в группе/на форуме организации, сайт организации, страница в социальной сети, видео-хостинг, обучающая платформа, видео-презентации/конференции/соборания и так далее.

Интернет привлекает преимуществами перед реальным не виртуальным общением: 1) безотлагательность/скорость доставки сообщения на больших расстояниях; 2) относительно меньшая регламентированность этикетом, в связи с чем имеется возможность официального общения вне рабочего времени; 3) упрощённое языковое оформление (репликовость, аббревиации, невербалика, выраженная графикой); 4) возможность доступа к информационным профессиональным ресурсам и так далее.

В коммуникативном интернет пространстве агенты дискурса проявляют большую креативность, свободу самовыражения. Что проявляется в нормах коммуникативного поведения, например, самопрезентация; использование графических возможностей шрифта и эмодзи для проявления эмоций; изобретательность в аббревиатурах и сокращениях; большая свобода для выражения собственного мнения. Виртуальный характер общения оставляет ощущение безнаказанности, что ведет к использованию нецензурной лексики, фикционализации и преувеличению информации.

Во второй главе «Лингвистические особенности административного дискурса в эпоху глобализации» выявлены и описаны лингвосемиотическое и электронное пространство, а также описаны сферы лексических заимствований и охарактеризованы нормы поведения, принятые в административном дискурсе в эпоху глобализации.

Лингвосемиотическое пространство административного общения имеет развёрнутую систему вербальных, невербальных, а также смешанных символов, сформировавшуюся под влиянием глобализации.

В административном дискурсе мы выделяем следующие вербальные знаки: слоган, миссия, кодекс ценностей, рифмовка/речевка, корпоративные байки/мифы/легенды, корпоративные прозвища, коммуникативные паттерны.

Например, слоган призван сплотить сотрудников организации, являясь общим элементом корпоративной культуры для всех, это тот текст, который призван ассоциироваться с брендом.

Примеры слоганов/девизов: *Учитесь у профессионалов и наградой Вам будет успех! / Кто, если не мы? / Будущее сегодня!/ «Каустик» – вперед! Удача нас не подведет!* [КЗПР].

В институциональных видах дискурса, где общение протекает в рамках статусно-ориентированных отношений, участники общения подвержены сокрытию личных переживаний и эмоций, что может выявить невербалика их поведения.

Руководителю в административном общении поможет изучение достижений таких наук, включённых в невербальную семиотику, как: паралингвистика; кинесика; окулесика; аускультация; гаптика; гастика; ольфакция; проксемика; хронемика; системология [Арзамасцева, 2009].

Например, кинесика изучает знаки-кинемы, т.е. коммуникативно значимые телодвижения. В административном общении в различных сферах жизни общества наблюдается использование одних и тех же знаков-кинем. *Вставание* – приветствие руководителя, *кивок* – приветствие/благодарность, *поднятие руки* – желание высказаться на общей встрече, *доклад на общем собрании, не вставая* – экономить время деловых людей – это лишь небольшой список примеров. Надо отметить, что многие знаки-кинемы переходят в институциональные дискурсы из бытового общения, где они проявляются как эмоциональное восприятие действительности.

В нашей работе нас интересуют знаки-кинемы, появившиеся в административном общении под влиянием глобализации. Таких знаков было выявлено немного. Прежде всего, мы связываем это с тем, что в русской лингвокультуре поведение человека в рамках официально-делового стиля выстраивается по принципу скромности, что проявляется как вербально, так и невербально. Активная жестикуляция не свойственна представителю русской лингвокультуры. Большая группа заимствованных жестов-кинем связана с позиционированием руководителя себя как такового. Российскому руководителю не свойственно демонстрировать уверенность в себе и превосходство над подчиненными, что, напротив, активно используется американскими руководителями. *Засунуть руки в карманы* (подобное поведение демонстрирует персонаж Р. Белкин в кинофильме «Духless-2» при общении с подчиненными), *откинуться в кресле, положить руки на бедра, завести руки за голову, положить руки на подлокотники кресла; сидя, положить голень на колено* и др. Отметим, что при заимствовании жестов, а также при употреблении жестов в общении с иностранными партнерами следует учитывать культурные особенности их использования: один и тот же жест может иметь один план выражения, но различный план содержания в разных культурах, например, жест *сложенные в кольцо большой и указательный пальцы при поднятых вверх остальных*. В американской лингвокультуре имеет значение «всё хорошо», также как и в русской, куда он попал под влиянием глобализационных заимствований. Тем не менее, в других культурах он имеет другие значения, например, в Японии – «деньги».

В работе использована классификация невербальных знаков, представленная Т. Н. Астафуровой, А. В. Оляничем и Д. А. Гончаровой: 1) знаки-кинемы; 2) знаки-иконы; 3) знаки-символы; 4) цвето-семиотические знаки (колоремы) и 5) символические артефакты [Астафурова, 2013, 2014].

Сложные смешанные знаки представляют собой сочетание вербального и невербального компонентов [Астафурова, 2013].

Цвето-семиотические знаки или колоремы используются в семиотическом пространстве административного общения в изображениях гербов организаций (школы, университеты), логотипов и эмблем компаний, в корпоративном, так называемом, «мерчандайзе» (или «мерче»), то есть сувенирах, одежде, аксессуарах, и любых других функциональных или привлекательных вещах с символикой бренда. Это, несомненно, связано с глобализационными процессами. Подобные маркетинговые стратегии давно применяются на Западе. Известно, что цвет сам по себе несет смысловую нагрузку, а также в сочетании с атрибутикой бренда становится символом, устойчиво ассоциируемым с определённым брендом.

Крупнейшие российские компании демонстрируют развитую систему вербальных и невербальных знаков, являющихся элементами корпоративной культуры компаний, которую мы изучили на примере «Газпром» и «Сбер», входящих в четверку крупнейших компаний 2020 г. по данным РБК pro. Для наглядности мы поместили элементы корпоративной культуры названных компаний в сводную таблицу.

Таблица №1. Элементы корпоративной культуры компаний «Газпром», «Сбер»

Элемент корпоративной культуры	ПАО «Газпром»	Группа Сбер
Наличие кодекса этики, прочих регламентирующих книг (вербальный знак/символический артефакт)	+	+
Миссия (вербальный знак)	<i>Общество видит свою миссию в надежном, эффективном и сбалансированном обеспечении потребителей природным газом, другими видами энергоресурсов и продуктами их переработки.</i>	<i>Мы даем людям уверенность и надежность, мы делаем их жизнь лучше, помогая реализовывать устремления и мечты.</i>
Ценности (вербальный знак)	<i>Профессионализм, инициативность, бережливость, взаимное уважение, открытость к диалогу, преемственность, имидж.</i>	<i>Я – ЛИДЕР. Мы принимаем ответственность за себя и за то, что происходит вокруг нас. Мы делаем лучшее, на что мы способны. МЫ – КОМАНДА. Мы с готовностью помогаем друг другу, работая на общий результат. Мы открыты и доверяем своим коллегам. ВСЕ – ДЛЯ КЛИЕНТА. Вся наша деятельность</i>

		<i>построена вокруг и ради интересов клиентов. Мы хотим удивлять и радовать клиентов качеством своих услуг и нашим отношением.</i>
Слоган (вербальный знак)	<i>"Газпром" — национальное достояние"</i>	<i>«Сбер. Всегда рядом!»</i>
Корпоративные издания (вербальный знак)	<i>Газета «Иркутский газовик» Журналы: «Газпром», «Вести газовой науки», «Газовая промышленность»</i>	<i>Sber.Press – Интернет-издание</i>
Событийная культура (смешанный знак)	<i>В 2018 г. ПАО «Газпром» провело первый Фестиваль труда (профессионального мастерства)</i>	<i>«Салют! Мы ищем таланты!» — это конкурс для сотрудников, в формате шоу, которое получило широкий отклик и помогло сформировать внутри экосистемы команду амбассадоров — они будут транслировать ценности компании и продвигать HR-бренд.</i>
Корпоративный имидж и стиль/дресс-код (колорема/символический артефакт)	<i>Существенной частью имиджа Общества является его фирменный стиль. Корпоративными цветами Общества являются белый и фирменный синий. Специально разработанная униформа (каска, кепка, шапка, куртка, полукомбинезон, комбинезон, халат) фирменных цветов с логотипом.</i>	<i>Команда Сбербанка – это уверенные в себе сотрудники, стремящиеся к успеху. Наш внешний вид соответствует этому содержанию. В выборе одежды, прически и аксессуаров мы руководствуемся принципом «Я настроен заниматься серьезным делом и не собираюсь никого эпатировать». Корпоративные цвета – белый и фирменный зелёный. Специально разработанные платки, галстуки, пилотки, жилеты, юбки фирменного зелёного цвета.</i>
Наличие логотипа (знак-икона)	+	+
Система стимулирования и мотивации (смешанный знак (церемония))	<i>...способом нематериального стимулирования работников традиционно является награждение лучших из них корпоративными знаками</i>	<i>Развитие личного потенциала и команды для высокой продуктивности. Развитие digital, design, soft skills. Flexible work:</i>

	отличия, почетными благодарностями. В 2018 г. ПАО «Газпром» провело первый Фестиваль труда (профессионального мастерства)	грамотами, званиями, удаленная частичная #SberTeam100лет управление энергией и стрессом.	работа, занятость. —
--	---	--	----------------------------

[2014-02-25-codex-of-corporate-ethics-2019-08-20-edit.pdf, www], [sberbank_code_of_corporate_ethics.pdf, www], [Типовая Книга Фирменного Стиля Дочернего Общества ПАО «Газпром», www], [Развитие сотрудников — СберБанк, www], [«Салют! Мы ищем таланты!»: как Сбер превратил сотрудников в HR-амбассадоров, www].

Данные, полученные в ходе исследования, позволяют выявить общие черты в лингвосомиотическом пространстве корпоративной культуры вышеназванных компаний. При провозглашении миссии организации используются слова с положительной коннотацией: *сбалансированном, надежном, эффективном, уверенность, надежность, лучше, реализовывать мечты*. Также заметим, что обе организации употребляют слова с корнем «*надёж-*», что воздействует на потенциального работника или клиента, представляя компанию как ту, на которую можно положиться. Ценности компаний в основном совпадают, но вербально выражаются по-разному. Например, «*открытость*» – «*мы открыты*», «*профессионализм*» – «*мы делаем лучшее, на что мы способны*», «*взаимное уважение/преемственность*» – «*мы с готовностью помогаем друг другу*», «*имидж*» – «*мы хотим удивлять и радовать клиентов качеством своих услуг и нашим отношением*». Слоганы компаний выражают позицию организаций, содержат их названия, что легко запоминается адресатами. Слоган и ценности «Газпрома» подчеркивают благосостояние словами «*бережливость*», «*достояние*». Слоган «Сбера» («*всегда рядом*») подчеркивает, что у банка не только множество филиалов, но и мобильное приложение. В названиях корпоративных изданий использованы названия компаний, либо отражена сфера деятельности. Далее в таблице представлены невербальные знаки. Смешанные знаки – фестивали, своего рода церемонии, повторяющиеся ежегодно: «*Фестиваль труда*», «*Салют! Мы ищем таланты!*». Корпоративный имидж с одной стороны, является цвето-семиотическим знаком (колоремой), т.к. цвета подбираются не случайно, а с определённым значением. С другой стороны, это символический артефакт, т.к. вид каски определённого цвета рождает ассоциацию с компанией «Газпром», аналогично виду фирменного галстука компании «Сбер». Логотип компаний продолжает напоминать адресату невербальной коммуникации о деятельности организаций. У «Газпром» это горящий газ, у «Сбер» – галочка, которая появляется на экране устройства при совершенном переводе, также говорит о выполнении операции. Смешанным знаком является система стимулирования и мотивации – церемонии награждения,

формы работы и обучения сотрудников, характеризующиеся определёнными регламентированными фразами и словами.

Проанализировав данные, представленные в таблице, мы можем сделать вывод о том, что обе корпорации, представленные в исследовании, обладают развитой и хорошо разработанной корпоративной культурой, сконструированной по западным образцам. Этот вывод доказывают: разнообразие элементов корпоративной культуры, которые отсутствовали в прежних моделях организации труда и досуга; стандартные пункты формирования корпоративной культуры; заимствования из английского языка, используемые в описании корпоративной культуры (*Развитие digital, design, soft skills. Flexible work: удаленная работа, частичная занятость. #SberTeam100лет*).

Проанализировано электронное пространство административного дискурса. Стилль общения от официально-делового стремится к разговорному, грамматика упрощается или не соблюдается, практически полностью игнорируется синтаксис, используется специфическая лексика, а также вульгаризмы и просторечие.

– *Тань посмотри есть проект на 400?*

– *Ща.*

– *Нету, мне кажется у нас самый маленький был на 700*

– *Не, 100 и 200 есть*

– *Ооо, мне не попадались*

– *200 вроде твоя: D [эмодзи с широкой улыбкой]*

– *Неа: P [эмодзи, показывающий язык] [КЗПР].*

Пример иллюстрирует использование разговорной лексики (*Ща, Нету, Не, вроде, Неа*), а также небрежность использования знаков пунктуации. Отдельно отметим использование эмодзи в данном диалоге. Эмодзи – практика, ведущая начало с коротких сообщений sms (short message service) в мобильной сети, и ставшая повсеместной с появлением общедоступного Интернета в личных электронных устройствах.

Выявлено, что электронное письмо в административном общении в силу своих стилистических, грамматических и лексических особенностей занимает промежуточное положение между традиционным бумажным письмом и такими формами синхронной коммуникации как skype, what's app, viber и др.

Маша, привет!

Спасибо большое! Не могла бы ты указать группы студентов; Попкова И. просила это сделать; но видимо ты не получила ее сообщение!

Заранее извиняюсь за беспокойство!

С уважением, Ахмедова Е.А. [КЗПР].

В данном примере прослеживается переплетение устной (приветствие – *Маша, привет!*) и письменной (*С уважением, Ахмедова Е.А.*) видов речи и их смешение в одном предложении (*Заранее извиняюсь за беспокойство!* – прим. «извиняюсь» разговорная форма).

В электронном административном общении проявляется ряд тенденций развития дискурса на современном этапе. Они заключаются в следующем: 1) демонстративность; 2) фикционализация информации и значимость навыка критического анализа; 3) избыток общения и отсутствие возможности не вступать в общение; 4) поликодовость, преобладание визуализации информации; 5) аграмматизм, вульгаризация речи; 6) размывание границ устной и письменной речи; 7) репликовость общения; 8) размывание границ приватности и публичности; 9) появление медийно продвигаемых ритуалов [Карасик, 2021].

Например, избыток общения – другая, негативная сторона положительного явления – всеобщего доступа к информации и дистанционной коммуникации. Преломляясь в сложных межличностных взаимоотношениях и в социальных ролях, имеющих значение в административном дискурсе, общение из социально нейтрального действия превращается зачастую в обязанность. Наибольшее «коммуникативное перенасыщение» [Карасик, 2021] испытывают руководители, т.к. все административные коммуникации организации происходят с участием руководителей. Избыток общения расценивается как фактор стресса. Руководитель общается как с подчиненными, так и с равными себе по статусу, другими руководителями, а также со своим руководством лично или опосредовано: через электронную почту, мессенджеры, социальные сети. Причем именно электронное административное общение чаще используется в нерабочее время. Отсутствие сформированных этикетных норм электронного общения позволяет использовать его тогда, когда использовать другие виды общения противоречит этикету.

Общение коллег через мессенджер what's app, время общения 23.12:

– Я к 9 приеду. А для магов надо сделать только титульки. Ну, это я не знаю: успею или нет.

– Я смогу распечатать титульки.

– Так маги-то не все есть, их надо из шахты вытаскивать и по направлениям сверять, как мы с тобой делали с баками, помнишь?

– Да, посмотрю [КЗПР].

Пример иллюстрирует факт электронного административного общения за рамками рабочего времени. Отметим использование разговорных сокращений: *маги* – *магистранты*; *баки* – *бакалавры*; *титульки* – *титульные листы*.

С началом пандемии 2019 года во всех организациях стал действовать запрет на массовые скопления людей, таким образом, Интернет-пространство стало ещё более востребовано в административном общении. Проведение собраний, заседаний, совещаний, консилиумов, переговоров, собеседований, интервью – стало возможно и приемлемо проводить их онлайн. Skype, Zoom, Discord, Microsoft Teams и другие стали наиболее востребованными Интернет-платформами. Видео-/аудиовстречи проходят в основной

программе, а дополнительная текущая переписка может проходить как на той же платформе, так и параллельно в мессенджерах Viber, What's up.

Переписка представителей медицинских учреждений в мессенджере:

– *Завтра обычный селектор. Мероприятие с главным акушером юфо переносится на 7.12*

– *Урюпинск по Бабаян и Городище по ковиду сегодня пришлите объяснительные Жирновск пришлите информацию и объяснительные по Мамоновой. Функционал акушер-гинеколога, патрона, СОП? Сколько КСМП в Жирновской ЦРБ? Все вопросы, кот разбирал ТА прошлый раз проработайте* – [эмодзи с закрытыми глазами, показывающий язык] [КЗПР].

Анализируя пример, заметим, что переписка происходит в быстром темпе, это можно заключить, потому, что практически не соблюдается пунктуация, сокращение написано в неверном регистре. Переписка богата профессиональной лексикой (*Функционал акушер-гинеколога, патрона, СОП? Сколько КСМП в Жирновской ЦРБ?*); стиль разговорный, стремящийся к официально-деловому (неполные предложения - *Завтра обычный селектор*; непринятые официально сокращения – *кот, ТА, селектор, объяснительные*). Ответ в виде дразнящегося эмодзи абсолютно не соответствует официально-деловому стилю общения. Подобные примеры весьма характерны для современного административного общения в силу увеличения профессиональных задач на рабочем месте, сокращению времени на их выполнение; сглаживанию различий между статусными ролями, а также тенденция смешения разговорного и официально-делового стилей.

С целью подтверждения результатов первичного выявления и описания явлений глобализации в русском административном общении в рамках данного исследования был проведен социолингвистический опрос в электронной форме с привлечением респондентов – руководителей и подчиненных. Целью данного опроса было получения эмпирических данных от опрашиваемых для выявления ассоциаций с процессом глобализации в российском языковом сознании.

Период сбора эмпирических данных совпал с периодом пандемии covid-19, а также после, что отразилось в ответах респондентов. Опрос проводился в условиях анонимности, инструментом опроса выступила гугл-форма (страница в Интернет), содержащая вопросы закрытого и открытого типа.

Всего в нашем исследовании приняли участие 214 человек. Примеры ответов даны в орфографии и пунктуации респондентов.

Обобщив полученные статистические данные, мы пришли к выводу о том, что возраст респондентов колеблется от 22 до 67 лет, это носители языка, имеющие статус руководителей или подчиненных, занятых в государственном или коммерческом секторах. Количество респондентов из государственного сектора составило 49,5%, из коммерческого – 45,9%. Были также даны единичные ответы, которые не учитывались (домохозяйка, был опыт в обеих сферах). Данный опрос носит направленный характер, то есть исследователь ограничивает выбор респондентов, в нашем случае

ограничителями выступают конкретная ситуация (общение руководителя и подчиненного) и временной промежуток (эпоха глобализации). Испытуемым необходимо было выполнить задание быстро, не задумываясь, то есть выдать те ассоциации, которые актуальны для данной языковой личности и употреблялись им ранее. Мы предложили завершить своими первыми ассоциациями следующие утверждения до целостной языковой единицы:

1) Когда я думаю о ситуации общения с руководителем и коллегами в эпоху глобализации, я представляю...

2) Глобализация на моем рабочем месте – это...

Исходя из полученных данных, можно утверждать, что большинство опрошенных (94,4%) подразумевают под глобализацией использование современных технологий на рабочем месте и появление новых возможностей профессиональной деятельности (*использование международных библиотек, работа с иностранными партнерами, передача сведений с помощью IT-технологий по единым унифицированным формам и т.д.*). Полученные ассоциации на первый вопрос были объединены в смысловые группы, всего было выделено 5 групп: 1) технологичность (21,5%); 2) корпоративность (14,9%); 3) единство (8,4%); 4) равноправие (8,4%); 5) партнёрство (4,6%). Остальная масса ответов (42,2%) – единичные ответы, не поддающиеся классификации, не учитывались.

Например, группа «технологичность» была выделена за счет объединения лексики, относящейся к сфере компьютерного и цифрового общения (чаты, видео, скайп, мессенджеры, зум, чатбот, Интернет, программа, удаленка, ватсап, спутник, компьютер, голограмма, электронная почта): *Чаты и видеозвонки; скайп, мессенджер, интернет; дистанционное общение; Общение по скайпу или в зум; общение в сети Интернет с использованием чатбота.*

Смысловая группа «корпоративность» была выделена на основании ассоциаций, имеющих отношение к корпорации (логотип, герб, гимн, корпоративная этика, культура, престиж, логотип, самопрезентация): *Общение в пределах одной компании является частью создания делового климата в коллективе, частью культуры организации.*

Мы также выделили смысловую группу «единство» по реакциям-ассоциациям с корнем *-един* (единый, объединение, единомышленник): *объединение опыта в рабочей сфере и усовершенствование системы; единомышленников, которые готовы меня поддержать; команду единомышленников, идущих к одной цели и к единому результату.*

Мы объединили схожие реакции-ассоциации в смысловую группу «равноправие», которое вербализуется за счет использования существительных и прилагательных с корнем *-прав* и *-равн* (*равенство, равный, равноправие*), определительных местоимений *все* и *всех*, а также прилагательных: *демократический, круглый, гармоничный: общение на равных.*

Смысловая группа «партнёрство» объединяет слова-реакции со значением сотрудничество, дружба, наставничество, открытость: *общение в широком кругу, расширенное сотрудничество, взаимодействие на межвузовском и международном уровне.*

В ответах на второй вопрос о глобализации на рабочем месте, мы зафиксировали наиболее частотной реакцией-ассоциацией «возможность». По смыслу нам удалось выделить следующие реакции-ассоциации: 1) возможность удаленного формата работы (30 %); 2) возможность повышения профессионального уровня (11,2 %); 3) возможность дигитализации (9,8 %); 4) возможность унификации работы организации (5,6 %); 5) зависимость от внешних факторов (4,7 %). Остальное множество ответов (38,7%) – единичные ответы, неподдающиеся классификации, не принимались в расчет.

Мы объединили схожие реакции-ассоциации в смысловую группу «возможность удаленного формата работы», которое вербализуется за счет использования существительных и наречий с корнем -*мож* (*возможность, невозможно*): *возможность выполнить работу удаленно, возможность повысить квалификацию удаленно; Возможность работать удалённо, имея лишь компьютер и графический планшет.*

Респонденты отмечают одну из основных возможностей — «удаленную работу». Эту ассоциацию с глобализацией на рабочем месте отметили 30% респондентов. Ответы были сгруппированы по наличию общей основы -*удален* - в словах (*удаленно, удаленной*), также по наличию слов, имплицитно выражающих большой масштаб, расстояния с общим корнем -*мир* (*мира, в мире*): *возможность работать из любой точки мира, доступ к любым источникам информации; возможность заниматься у преподавателей всего мира, продвигать свои услуги в мировом масштабе и возможность больше заработать.*

Мы выявили группу «Возможность повышения профессионального уровня», объединив в неё ответы респондентов с лексикой, означающей навыки, умения, способности, обязанности: *Расширение должностных обязанностей, охватывающих все сферы учреждения; Эффективное общение с покупателями; изучение документации на иностранном языке.*

Была выделена ассоциация «Возможность дигитализации» за счет объединения лексики, относящейся к сфере компьютерного общения (*социальных сетей, комп, машина, программ, онлайн форматах, Интернет, Цифровой контент, информационные технологии, вебинары, мессенджеров, зума, информационных технологий*). Группа представлена ответами с наличием прилагательных и существительных означающих названия современных информационных технологий, видов деятельности с ними связанных: *Получение заявок из социальных сетей; Работа через удалённый комп; Налоги считает машина без участия человека.*

Респонденты считают, что на рабочем месте происходит стандартизация трудовой деятельности, а также коммуникации. В результате

мы выделили группу, характеризующую ассоциацию «Возможность унификации работы организации» на основе семантики лексики, использованной в ответах (*адаптирован, норм, единые стандарты, унифицированным формам*): *ощущение, что рабочий процесс адаптирован под любое пересечение с разнообразными культурами и людьми этих культур; Выполнение тех норм, которые прописаны в тех.паспортах.*

Группа «Зависимость от внешних факторов» была выделена за счет объединения лексики, относящейся к сфере взаимодействий с другими странами, что прежде всего вербализуется в лексемах с приставкой *ино-* и корнем *-стран* (*иностранный, иностранными*), а также выражений, имплицитно это подразумевающих: *Использование программных средств иностранного производства; Взаимосвязь со всем миром; Рабочее кресло, произведенное в Китае.*

В соответствии с результатами нашего социолингвистического опроса можно заключить, что глобализация оказывает значительное влияние на административный дискурс. Явления глобализации находят отражение в организации труда (возможность удаленного формата работы, возможность дигитализации, многопрофильность специалиста, возможность повышения профессионального уровня, возможность унификации работы организации, появление корпоративной культуры, технологичность), а также в ценностях агентов административного дискурса (равноправие, единство, партнерство), что обнаруживается в языке административного общения.

В современном русском языке административного дискурса в лингвистических источниках выявлены следующие группы слов и словосочетаний, имеющие иноязычное происхождение и появившиеся под влиянием глобализационных процессов: 1) заимствования, относящиеся к деятельности руководителя; 2) заимствования, относящиеся к организации работы предприятия; 3) заимствования, относящиеся к деятельности подчиненных, 4) заимствования, относящиеся к административному общению в бизнес-сфере (мы выделяем эту сферу, так как наибольшее число заимствований, а также административное общение с признаками глобализации происходят именно в ней).

Первая группа: *асорити* (англ. authority), *аутстандинг* (англ. outstanding). Вторая группа: *адженда* (англ. agenda), *апскейл* (англ. up scale), *бенефит* (англ. benefit).

Третья группа: *айтишник* (англ. IT), *балк-файл* (англ. bulk file), *вербализовать* (англ. verbalize).

Четвертая группа: *аутсорсинг* (англ. outsourcing), *бизнес-симуляция* (англ. business simulation) и так далее.

Всё многообразие лексических единиц языка административного общения, можно разделить на две группы по смыслу: в первую войдут слова и словосочетания, относящиеся к менеджменту/управлению, руководству; во вторую – к лидерству и менторингу. Рассмотрены лексические средства, используемые для выражения концептов «лидерство» и «менторинг» в речи.

Всю лексику мы разделили на следующие группы: 1) описание качеств лидера, выраженные существительными; 2) деятельность руководителя, выраженная глагольными словосочетаниями, способом управления; 3) словосочетания с существительным, связанное с зависимым словом согласованием.

Первая группа: *инициативность, наставничество, менторство, скромность, профессионализм, компетентность, стратег, визионер, коммуникатор, решительность, и т.д.*

Вторая группа: *помогать найти верный путь, признавать свои ошибки/слабости, брать ответственность за результат, вести команду и т.д.*

Третья группа: *уровень лидерства, ориентированность на результат, авторитет руководителя, неформальное лидерство и т.д.*

Обнаружены следующие заимствования, а также их словообразовательные парадигмы в современном русском языке, связанные с концептом «менторинг»: *ментор, менти, менторинговое взаимодействие, менторинговые компетенции [Менторинг для руководителей, www] групповой менторинг, самоменторинг, ментор-сессия, ментор-опыт, executive coaching, менторство, менторский контракт, бизнес-ментор [Благодаря менторингу я стала выше себя самой, www], executive – ментор, фасилитатор, медиатор, модератор, супервизор [Менторинг, www].* Стоит заметить, что заимствований в этой сфере немного и их можно разбить на следующие семантические группы: названия участников менторинга (*ментор, менти, executive – ментор, фасилитатор, медиатор, модератор, супервизор, бизнес-ментор*), элементы технологии «менторинг» (*менторинговое взаимодействие, менторинговые компетенции, групповой менторинг, самоменторинг, ментор-сессия, ментор-опыт, executive coaching, менторство, менторский контракт, бизнес-ментор*).

Дискурсивные характеристики, также подверженные влиянию глобализации, быстро отвечают на изменения в обществе, демонстрируя тенденции развития дискурсов. Выявлены нормы поведения, принятые в административном общении в эпоху глобализации, для которых характерны: 1) сближение позиций руководителя и подчиненного; 2) стандартизация корпоративных коммуникаций; 3) интердискурсивность; 4) медиатизация; 5) презентация/самопрезентация; 6) манипуляция, выраженная а) провокацией; б) обещанием; в) кооперацией; г) побуждением; д) очернением.

Например, изучив общение рекрутеров HR-агентств с соискателями, мы пришли к выводу, что это является примером стандартизации корпоративных коммуникаций. Рекрутер имеет заранее сформулированный список вопросов. Соискатель, заранее подготовившись, стремится давать ожидаемые рекрутом ответы. Пример с сайта о трудоустройстве.

«Почему вы считаете, что именно вы лучшие других кандидатов на это место?»

Ответ: «На мой взгляд, мои компетенции максимально точно соответствуют требованиям, предъявляемым к данной вакансии. В частности... (далее перечисление ваших сильных качеств)» [7 ответов на 7 вопросов рекрутеров на собеседовании, www].

Коммуникативной нормой административного дискурса является манипуляция различных видов, например, провокация.

*Это Джозеф Паскаль – один из лучших маркетологов мира. < ... >
– Я сегодня хочу поговорить о любви. Поверите ли? Я сделал всё, чтобы вернуть людям любовь к вашим товарам, но...мне это не удалось. Их больше не хотят покупать. Как в отношениях: Вас больше не любят и все. Эра фастфуда прошла. Но я хочу кое-что предложить, но отчасти это за границами маркетинга в традиционном смысле. Это план, который изменит мир. Вместе мы снова сделаем полноту привлекательной. Но сначала вопрос: на что вы готовы ради решения проблемы?*

– На что угодно.

– На всё, в рамках закона, конечно.

– Этого недостаточно. Совершенно недостаточно, мои друзья [Москва].

Сначала эксперт говорит на тему, которую никто не ожидает (о любви) и это сбивает прагматический настрой. Затем оратор констатирует, что всё было сделано для решения проблемы, но это не подействовало и предлагает провокационный путь (на что вы готовы ради решения проблемы? Это план, который изменит мир), который скорее всего потребует нарушение закона. Провокация выражена вопросительным предложением, а также наречием (недостаточно) в сочетании реплик диалога (– На всё, в рамках закона, конечно. – Этого не достаточно.).

Заключение содержит итоги работы и перспективы дальнейшего исследования.

В качестве перспективных направлений данной работы мы видим следующие: 1) рассмотрение лингвосемиотики административного общения в диахронии;

2) выявление специфики электронного административного общения в различных возрастных, гендерных, профессиональных группах;

3) фиксирование и изучение вновь возникающих коммуникативных паттернов и норм поведения административного общения под влиянием других языков (китайского, индийского, арабского).

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

Научные статьи в журналах, входящих в реестр ВАК РФ:

1. Шестакова, О.А. (соавт.) Невербальные и смешанные знаки в лингвосемиотическом пространстве институционального дискурса / О.А. Евтушенко, О.А. Шестакова// Гуманитарные исследования.–2021. – №2, С. 30-35 (0,68 п. л.)

2. Шестакова, О. А. (соавт.) Влияние глобализации на институциональный дискурс / О.А. Евтушенко, О.А. Шестакова // Известия ВГПУ. – 2021. – №5 (158), С. 95-100 (0,4 п. л.)

3. Шестакова, О. А. Явления глобализации в административном общении / О. А. Шестакова // Современный ученый. – 2022. – № 1. – С. 25-29. (0,68 п. л.)

4. Шестакова, О. А. Современные тенденции развития электронного административного общения / О. А. Шестакова // Казанская наука. – 2022. – № 2. – С. 139-141. (0,37 п. л.)

Статьи в журналах, сборниках научных трудов и материалов научных конференций:

5. Шестакова, О.А. Глобализация университетского дискурса через дискурс рекламы / О.А. Шестакова // Когнитивно-дискурсивное пространство в современном гуманитарном знании: сб. науч. тр. / ред. И. П. Хутыз ; Кубанский государственный университет. - Краснодар, 2021. - С. 145-152. (0,3 п. л.)

6. Шестакова О.А. Межкультурный аспект административного общения / О.А.Шестакова // Культура. Коммуникация. Дискурс: актуальные вопросы полиязычного пространства / Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной памяти профессора Андрея Владимировича Олянича. – Волгоград: ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ, 2022. – 332с., С. 314-319. (0,4 п. л.)

7. Шестакова, О.А. Влияние английского языка на административное общение / О.А. Шестакова //Наукосфера. – 2022. – №4 (1), С. 74 – 77 DOI 10.5281/zenodo.6382294 (0,4 п. л.)

8. Шестакова, О.А. Дискурсивные практики административного общения / О.А. Шестакова // Современные проблемы лингвистики и методики преподавания. – 2022. – №34, С. 735-740. (0,34 п. л.)

9. Шестакова, О. А. Соотношение доминантного языка и языка меньшинства в контексте глобализации / О. А. Шестакова // Молодой ученый. – 2021. – № 41(383). – С. 47-50. (0,5 п. л.)

10. Шестакова, О. А. Перспективы изучения глобализационных процессов в лингвистике / О. А. Шестакова // Прорывные научные исследования: актуальные вопросы теории и практики : сборник статей Международной научно-практической конференции, Пенза, 30 декабря 2021 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2021. – С. 141-143. (0,3 п. л.)