

зключаецца ў замене аднаго лексічнага кампаненту «брытва» на варыянт «трэска» дзеля таго, каб удасканаліць назву, бо заглавак павінен адлюстроўваць сутнасць артыкула.

Трансфармацыя ў прыведзеных вышэй парэмічных адзінках выклікана неабходнасцю найбольш поўнага, зразумелага тлумачэння сэнсу загатоўкаў, а значыць, і тлумачэння сэнсу артыкула.

**Заклучэнне.** Усе прыведзеныя вышэй прыклады ўключэння частак або поўнага выкарыстання прыказак і прымавак у газетных загатоўках і прааналізаваны матэрыял паказваюць, што і трансфарміраваныя, і нетрансфарміраваныя парэміі вельмі ўдала падыходзяць для такой часткі публіцыстычнага тэксту, як заглавак. Выкарыстанне журналістамі парэмічных загатоўкаў у артыкулах дапамагае дасягнуць вельмі важнай мэты – уздзеяння на падсвядомасць чытача.

Праведзенае даследаванне дае нам падставу сцвярджаць, што для газеты «Звязда» ўласціва актыўнае выкарыстанне парэмій у заглавачных комплексах. Лаканічны, цікавы і запамінальны заглавак удала ствараецца пры дапамозе выкарыстання парэмій, таму такое частае іх ужыванне ў сучасных беларускамоўных СМІ не павінна ўраджаць.

1. Дзядова, А.С. Чалавек у люстэрку беларускай фразеалогіі і парэміялогіі : манаграфія / А.С. Дзядова ; М-ва адукацыі РБ, Установа адукацыі «Віцебскі дзяржаўны ўніверсітэт імя П.М. Машэрава», Каф. беларус. мовазнаўства. — Віцебск : ВДУ імя П.М. Машэрава, 2013. — 161 с. — URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/3208> (дата звароту: 10.01.2025).

2. Тлумачальны слоўнік прыказак / І.Я. Лепешаў, М.А. Якалцэвіч. — Гродна : ГрДУ, 2011. — 695 с.

3. Горегляд, Е.Н. Авторские преобразования устойчивых выражений в публицистическом тексте (на материале русскоязычной периодической печати Беларуси) / Е.Н. Горегляд // Студзеньскія рэспубліканскія навуковыя чытанні «Жыццё, аддае слову» (памяці кандыдата філалагічных навук дацэнта Г.А. Арцямёнка) : матэрыялы рэспубліканскай навуковай канферэнцыі, Віцебск, 26 студзеня 2022 г. — Віцебск : ВДУ імя П.М. Машэрава, 2022. — С. 178–182. URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/32570> (дата звароту: 16.01.2025).

## КЛЮЧЕВЫЕ ВИДЫ КОММУНИКАЦИИ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ

**Петрушенко А.С.,**

*студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь  
Научный руководитель – Вардомацкий Л.М., канд. филол. наук, доцент*

Ключевые слова: коммуникация, деловая сфера, деловая переписка, переговоры, телефонный разговор.

На протяжении всей исторической, социальной и экономической эволюции человечества члены различных языковых сообществ испытывали потребность в общении, и благодаря потоку людей и информации разные языки вступали в контакт друг с другом. Таким образом, даже сегодня,

в связи с изменившимися коммуникационными, политическими и глобализационными событиями, происходят процессы языкового контакта, и это особенно подчеркивается в деловом общении.

Эффективность бизнес-коммуникации напрямую связана с экономическим успехом организаций, что подчеркивает необходимость понимания ее основных принципов и правил. Так как деловая переписка составляет значительную часть документооборота, а ведение переговоров и телефонные разговоры являются ключевыми аспектами делового взаимодействия, их изучение становится актуальным в условиях глобализации и постоянно меняющихся требований рынка.

*Цель работы* – анализ основных аспектов деловой переписки, ведения переговоров и телефонного общения, а также выявление факторов, влияющих на эффективность этих форм коммуникации в бизнес-среде.

**Материал и методы.** Материал для исследования получен в результате анализа специализированной литературы по теме делового общения. В основе работы лежит описательный метод исследования, который включает обзор основополагающих принципов деловой переписки, переговоров и телефонного общения.

**Результаты и обсуждение.** В деловом общении основными факторами являются экономическое, торговое, политическое или технологическое процветание и прибыль. Язык с его словами (знаками) и грамматическими структурами предоставляет пользователям множество комбинаций, с помощью которых они могут обмениваться бесчисленным количеством различных значений или сообщений [1, с. 53].

Что касается бизнес-сферы, наиболее важное значение здесь играют такие направления коммуникации, как деловая переписка, искусство ведения переговоров и общение по телефону.

Деловая переписка занимает важное место в документообороте различных организаций. Она служит связующим звеном с внешней средой и является необходимым элементом для ведения любой деловой деятельности. На корреспонденцию приходится большая часть всей входящей и исходящей документации. Этот вид коммуникации представлен письмами различного назначения. Благодаря своему разнообразию, деловая переписка является наиболее гибкой и наименее стандартизированной в рамках таких общих требований, как ясность, простота изложения, полнота информации, уважительный тон (который соответствует требованиям делового этикета) и грамотность. Ошибки в деловых письмах недопустимы, поэтому важно знать основные правила их написания.

При ведении деловой переписки следует избегать использования специфической терминологии, так как некоторые слова могут быть незнакомы адресату. Мысли следует выражать короткими предложениями, чтобы не упустить основную мысль. В деловой переписке не допускаются разговорные слова, литературные обороты и другие неформальные выражения.

Перед отправкой электронного письма важно тщательно проверить его на наличие ошибок и опечаток, а также рекомендуется перепроверить его через некоторое время [2, с. 26].

Написание делового письма – это всегда акт словесного творчества, хоть и со строгими требованиями. Этот процесс требует достаточно высокого уровня владения языком. Не зная специфики официально-делового стиля, невозможно научиться правильно писать деловые письма. Умение самостоятельно мыслить и формулировать свои идеи, а также вести грамотный письменный диалог высоко ценится в деловых кругах, так как неправильное форматирование письма, в первую очередь, затрудняет его дальнейшую обработку.

Официальное письмо является одним из ключевых каналов коммуникации между предприятием, организацией или учреждением и внешним миром. Посредством писем проводятся преддоговорные переговоры, устанавливаются отношения между предприятиями и излагаются претензии. Письма также сопровождают материальные ценности при их транспортировке и так далее. Несмотря на наличие современных средств связи, таких как телефон, факс и модемная связь, объем корреспонденции даже на небольшом предприятии остается значительным [2, с. 84].

Понятие «переговоры» является русским эквивалентом английского термина «negotiation» и французского «negociation», оба из которых имеют латинские корни и исторически связаны со сферой торговли. Переговоры – это один из видов делового общения, осуществляемого в форме устного диалога [3, с. 22].

К основным характеристикам переговоров относятся следующие моменты:

1. Наличие проблемы. Обсуждаемый вопрос является необходимым условием для начала любых переговоров.

2. Сходство и различие интересов сторон. При отсутствии общих интересов отношения могут быть нейтральными, а при расхождении интересов возможна конфронтация. Для успешных переговоров необходима ситуация со смешанными интересами.

3. Взаимозависимость участников. Участники переговоров становятся взаимозависимыми, когда они не могут преследовать свои интересы в одиночку. Чем выше взаимозависимость, тем больше шансов на успешное завершение переговоров.

4. Сложная структура. Большинство исследователей выделяют три этапа переговорного процесса: подготовительный этап, этап взаимодействия (собственно переговоры) и этап реализации достигнутых договоренностей.

5. Коммуникация между сторонами. Переговоры предполагают обсуждение проблемы, поэтому коммуникация является неотъемлемой частью процесса.

## 6. Совместное решение проблемы.

Главной разновидностью деловых переговоров в современном мире являются международные переговоры. С древних времен международные (межгрупповые) переговоры были неотъемлемой частью экономического и политического развития общества. В последние десятилетия произошли значительные изменения в цивилизационных структурах, такие как увеличение числа государств, создание международных организаций, активное формирование транснациональных корпораций и трансграничная экспансия малого и среднего бизнеса, а также научно-технический прогресс, который привел к созданию обширного информационного пространства и изменению структуры потребительского рынка. Эти процессы глобализации мировой экономики привнесли инновации в переговорную деятельность.

Деловой телефонный разговор представляет собой форму устного дистанционного общения, которое осуществляется с помощью технических средств. Одной из особенностей таких разговоров (за исключением видеозвонков) является отсутствие невербальных средств коммуникации, таких как жесты, мимика и поза, что делает важным сосредоточиться на вербальном выражении. Необходимо обращать внимание на характеристики голоса: тональность, тембр и интонацию, а также использовать грамотные речевые формулы. Важность телефонного общения для менеджеров, юристов и других специалистов трудно переоценить, так как это самый простой способ быстро установить контакт.

Некоторые американские эксперты считают, что плохие манеры сотрудников, особенно при телефонных разговорах, могут быть одной из причин проблем на предприятиях. Большинство специалистов не имеют специальной подготовки для ведения телефонных переговоров, а умение общаться по телефону считается важной частью образования сотрудников. В среднем телефонный разговор длится от 3 до 5 минут, что приводит к потере 2–4,5 часов рабочего времени в день. Частые звонки нарушают рабочий ритм, разбивая день на короткие отрезки, что затрудняет концентрацию и может вызвать стресс. Это делает телефонное общение специфичным, требующим умения вести короткие разговоры и быстро адаптироваться к различным партнерам и темам [4, с. 255].

**Заключение.** В деловом общении ключевыми аспектами остаются экономические, торговые, политические и технологические факторы, способствующие процветанию и прибыльности организаций. В повседневной жизни язык, как основной инструмент коммуникации, предоставляет множество возможностей для передачи различных значений и сообщений. В бизнес сфере важнейшими направлениями являются деловая переписка, ведение переговоров и телефонные коммуникации, каждая из которых играет свою уникальную роль.

1. Dzogovic, S.A. The importance of language management: implications in the international business environment / S. A. Dzogovic, S. Ajdarpasic, L. Shoshi. – Journal Human Research in Rehabilitation, 2022. – № 12. – 53–61 p.

2. Егоров, В.П. Этика деловых отношений : учеб. пособие / В.П. Егоров. – М. : Юридический институт МИИТа, 2016. – 142 с.

3. Дервяго, А.Н. Ведение деловых переговоров для специальности Русская филология : учеб. пособие / А.Н. Дервяго. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2017. – 178 с.

4. Панфилова, А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : учеб. пособие / А.П. Панфилова. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права, 2004. – 497 с.

## **ИНОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ**

*Печёркина А.Е.,*

*студентка 1 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*

*Научный руководитель – Зайцева И.П., доктор филол. наук, профессор*

Ключевые слова: медиадискурс, газетная публицистика, заимствование, язык-источник, язык-реципиент, адаптация, степень освоенности.

Процесс принятия в свой лексический состав одним языком другого для использования в различных коммуникативно-речевых целях, языком лексики другого, иными словами – заимствование лексики, способность какого-либо языка, в том числе и, безусловно, русского «превращать» чужое в свое, отказываясь от избыточного словесного материала, всегда вызвали исследовательский интерес. Однако теория заимствования в отечественной – восточнославянской – лингвистике по-прежнему видится не полностью разработанной, что предоставляет исследователям весьма обширное поле для разноаспектной деятельности в этом направлении.

Сказанным, а также постоянством протекания процесса заимствования из разных языков в любой языковой системе, что приводит к разной степени освоенности заимствующим языком заимствованных единиц из языка-источника, обусловлена *актуальность* данного исследования.

*Цель* исследования – выявить в одном из сегментов современного медиадискурса (газетных публикациях политической тематики) лексические единицы, квалифицируемые как заимствованные русским языком элементы, и проанализировать их с точки зрения степени освоенности заимствующим языком и некоторых других характеристик.

**Материал и методы.** Материалом для исследования послужила публикация «Сбор подписей заканчивается. Активность избирателей не спадает» в газете «Витебские вести», датированная декабрем 2024 года; всего было проанализирована 1 публикация.