

## РЕЧЕВОЙ ПЕРЕБИВ КАК МАРКЕР НЕЭКОЛОГИЧНОЙ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ<sup>1</sup>

Статья посвящена такой междисциплинарной отрасли научного знания, как эмотивная лингвоэкология. Представлены результаты лингвистического исследования эмоционального содержания текстов делового общения. Речевой перебив определяется как один из маркеров неэкологичной бизнес-коммуникации.

**Ключевые слова:** эмотивная лингвоэкология, бизнес-коммуникация, речевой перебив, неэкологичность общения.

Объединение целого ряда наук вокруг лингвистики выявило ее центральное место в системе наук и стало свидетельством того, что она постепенно превращается в общенаучную дисциплину. Взаимосвязь лингвистики и экологии породила такую отрасль научного знания, как лингвоэкология.

Одним из объектов лингвоэкологии языка и речи становится изучение процессов сохранения языка на основе его правильного использования и развития или процессов порчи его пользователями. Эта проблема становится чрезвычайно актуальной в связи с эмоционализацией и экспрессивизацией социума и распространением агрессивности во многих сферах общения: от бытовой до публичной и профессиональной.

Из многочисленных исследований на эту тему (например, материалы научной конференции «Экология русского языка». Пенза, 2012, и др.) уже стало очевидным, что лингвоэкология изучает двойственную функцию языка: правильное его использование сохраняет язык и здоровье человека, неправильное пользование языком может разрушать и сам язык, и здоровье коммуникантов.

В этой связи лингвоэкология тесно переплетается с наукой о культуре речи, которая существует издавна и изучает правильность речи и ее чистоту. Отсюда возникает такое понятие, как «хорошая речь» – речь чистая, культурная, эстетически и этически выдержанная. Все это можно считать различными параметрами культуры речи [1]. Поскольку вся речевая деятельность человека сопровождается эмоциями и чувствами, то их влияние на сохранение/разрушение самого языка и на сохранение/разрушение здоровья человека через неправильное использование им языка велико [2–4]. Анализ многочисленных текстов художественного, медицинского, политического, педагогического, делового дискурсов подтверждает эту мысль [5, 6].

Данная статья посвящена анализу неэкологичности эмотивного бизнес-общения (БО), в частности, установлению маркеров неэкологичного использования средств эмотивности в профессиональ-

ной бизнес-коммуникации (БК). Как выяснилось, БК может быть не менее эмоциональной, чем бытовое и художественное общение [7]. Как показало наше исследование, ведущим мотивом в бизнес-деятельности выступает стремление к материальному благополучию, обогащению, достижению которых всегда сопровождается соответствующим интересом и его эмоциональным переживанием в процессе коммуникации.

Несмотря на стилистическую ограниченность и стандартизированность БК, в современном обществе наблюдается тенденция к трансформации указанного типа общения из профессионального в разговорно-бытовое [8]. Психологические факторы речевой деятельности бизнес-коммуникантов наряду с их низкой культурой речевого общения приводят к обострению проблемы экологичности/неэкологичности использования эмотивов в деловом общении. Одним из речевых факторов, приводящих к неэкологичному использованию языка, является эмоциональный речевой перебив.

Как свидетельствуют лингвистические работы о речевых перебивах, существуют различные мнения об их природе и коммуникативной функции. Так, по мнению С.Ю. Тюриной, перебивание или прерывание трактуются как преднамеренные речевые действия, осуществляемые с целью реализации определенного коммуникативного намерения говорящего [9]. Перебивы рассматриваются как «накладывания реплик друг на друга» (overlapping) [10]. Перебив также определяется как одно из структурно-синтаксических средств связи наряду с такими стилистическими приемами, как подхваты и синтаксический параллелизм [11]. Под перебиванием, с одной стороны, понимают «прерывающие интервентивные действия» в ходе мены коммуникативных ролей; перебив выступает в качестве ответа на произведенное прерывающее действие партнера [12]. В этом случае, по предположению авторов, речь идет о перебивах как реакциях на эмоциональный стимул. С другой стороны, перебив – это сигнал некооперативной стратегии [13],

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Эмотивная лингвоэкология», проект № 12-04-00008а.

нарушение правил коммуникативного поведения. С этим трудно согласиться, поскольку, по собственным наблюдениям, перебивы в БК свидетельствуют о повышении интереса в общении, самоутверждении, что говорит о высокой коммуникативной заинтересованности речевых партнеров.

Таким образом, следует различать понятия процессов перебивания и прерывания и результаты этих процессов (перебив и прерывание). Из приведенного выше анализа подходов к обсуждаемому коммуникативному феномену следует, что перебив и прерывание – явления тождественные. Коммуникант перебивает, а значит, прерывает собеседника, т. е. прерывает, перебивая. С функциональной точки зрения, это стилистические приемы, обусловленные эмоциональным состоянием говорящих.

Принимая во внимание вышесказанное и опираясь на анализ коммуникативных ситуаций в сфере бизнеса, выдвигаем следующую гипотезу. В устной форме БК перебивы выступают в качестве одного из маркеров эмотивно неэкологичного БО и могут быть определены как аффективы, тем самым дополняется существующая классификация эмотивов [14].

Далее обратимся к психологической позиции в вопросе порождения перебивов в речи, являющейся релевантной для приведенного ниже анализа речевых эмоциональных ситуаций в БО.

Понятие перебива в психологии связано с понятием потребности человека высказаться и быть услышанным. Указанная потребность является одной из важных социальных потребностей человека [15]. Эта потребность проявляется в любом типе устного непосредственного общения как в межличностном, так и в профессиональном взаимодействии: в дружеской беседе, в ходе дискуссии ученых, деловой беседы производственников и т. п. Перебивание собеседника есть результат психоэмоциональной несдержанности, которая, в свою очередь, обусловлена потребностью человека высказаться и быть услышанным.

Другая точка зрения состоит в том, что перебивание рассматривается как ошибка слушания [16]. Неумение слушать своего собеседника побуждает адресанта прерывать, перебивать адресата, что является невежливым, неэтичным и потому некорректным.

В психологии отмечается, что непосредственная беседа людей строится по двум основным сценариям, в которых присутствуют перебивы [15]. Первый – выделяется доминирующая личность, лидер, тогда общение сводится к монологу с редкими комментариями или замечаниями других участников общения. Второй сценарий состоит в том, что при отсутствии лидера коммуниканты говорят практически одновременно, не слушая и перебивая друг друга.

В психологическом исследовании особенностей устной речи было установлено, что модель устного общения, построенная на прерываниях речи, перебивании коммуниканта, является преобладающей, наиболее часто встречающейся в человеческом общении [17]. Автор делает вывод, что и в разговорном общении российских предпринимателей малого бизнеса превалирует разговорный стереотип, в котором велика доля перебиваний и прерываний коммуникантов друг друга. Этот факт объясняется «отсутствием устойчивого имиджа коммерческих фирм, правовой нерегламентированностью деловых отношений» [17].

Перебивание рассматривается в психологии общения как одна из наиболее часто используемых тактик включения в разговор. По мнению И. В. Грошева, перебивание выражается в излишней активности (агрессивности) включения в разговор, в «необоснованном захвате канала говорения» [18]. Процесс перебивания собеседника носит авторитарный характер, что выражается в стремлении перехватить инициативу в речи, в доминировании перебивающего, что еще раз подтверждает неэтичность и, следовательно, неэкологичность перебивания в деловом общении.

Заслуживает внимания тезис психологов о том, что перебивания имеют такие значения, как противопоставление, неуважение и самоутверждение. Восприятие перебиваний в коммуникативном процессе оценивается как грубое, властное, склонное к соперничеству, подчиняющее себе собеседника [18], а значит, неэкологичное с точки зрения норм культуры эмотивной речи. Получается, что перебивание способно вызвать негативные чувства и эмоции как у адресата (перебиваемого), так и у окружающих, наблюдающих беседу с перебиванием, – наблюдателей. Это подтверждает мысль о том, что перебивание делает коммуникативную ситуацию эмоциогенной.

Кроме этого, психологи также отмечают, что перебивание выступает как явление доминантности не всегда. Прерывание речи и перебивание могут выражать интерес к обсуждаемой теме, сотрудничество, поддержку, согласие [19], что может вызвать положительные чувства и эмоции у собеседника.

Получается, что перебивы в эмоциональной коммуникации амбивалентны по своей коммуникативной функции, так как они вызывают как положительные, так и отрицательные эмоции и чувства у партнеров по общению.

Рассмотрим названные теоретические положения на конкретных коммуникативных ситуациях.

Первый пример взят из реальной коммуникации. Разговор происходит между прорабом строительной фирмы г. Волгограда и хозяином квартиры, в которой делается ремонт:

Хозяин: *Здравствуйте, Игорь Викторович, как у вас продвигаются дела?*

(Заходит в квартиру.)

Прораб: *Здравствуйте, заканчиваем потихоньку.*

Хозяин: *Лишь бы было аккуратно. (Осматривает ремонт.) А почему вы мне все розетки сделали так высоко? Я же просил на уровне 40 см.*

Прораб: *Так, мы вам не стали всю стену долбить, это бы вышло дороже.*

Хозяин: *В смете вы писали 40 см.*

Прораб: *Ну... это наш недочет...*

Хозяин: *Если ваш недочет, переделывайте! Я же просил...*

Прораб: (Перебивает.) *Разве это можно переделать? Тогда надо закупать новые провода, розетки. Вы нам это оплатите?*

Хозяин: (Раздраженно.) *Ни за что я больше платить не буду! Это ваш косяк! Вы должны переделать! И вообще я на материалы истратил больше, чем здесь есть. Вот, смотрите, видите...*

Прораб: (Перебивает.) *Если вам нужны были эти обрезки, мы могли их не выкидывать, а показать вам.*

Хозяин: *Не-э, ну, конечно, теперь ничего не докажешь...*

Прораб: (Перебивает.) *Ничего лишнего мы не брали. То, что оставалось, это обрезки, а...*

Хозяин: (Перебивает.) *Переделайте мне розетки. Я не хочу, чтобы они были на самом виду. Смотрите... вот...*

Прораб: (Перебивает.) *Заплатите – мы вам переделаем...*

Хозяин: (Перебивает.) *Я платить ничего не буду, и акт я не подпишу!*

Прораб: *Ну, тогда звоните директору и разбейтесь с ним.*

Данный отрывок иллюстрирует перебивание партнерами по общению друг друга, что вызвано их отрицательными эмоциями и чувствами. Хозяин недоволен выполненной работой, прораб раздражен отказом хозяина оплатить работу. Социальный статус и индивидуально-личностные особенности собеседников обуславливают нескончаемый поток перебивов. Письменная фиксация беседы не позволяет показать одновременность перебивов в речи обоих коммуникантов. А при непосредственном наблюдении хозяин квартиры и прораб говорят почти одновременно: перебив одного собеседника накладывается на перебив другого. Письменная репрезентация дает ослабленное представление о перебивах и маркируется комментарием «перебивает». На очевидцев данного раздраженного и довольно агрессивного общения производится отрицательное впечатление. Ситуация вызывает неприятное ощущение у наблюдателя, которое обу-

словлено неэкологичностью наложения реплик коммуникантов друг на друга (одновременное говорение на повышенных тонах).

Второй пример иллюстрирует эмоциональную коммуникативную ситуацию делового общения из художественной коммуникации. В следующем отрывке из романа Т. Устиновой «Персональный ангел» показано совещание менеджеров олигарха, которые обсуждают текущие дела по организации связей с общественностью:

– *Я не понимаю всей нашей роли во всем этом замечательном деле, – начала Катерина. – Мне кажется, что у нас и роли-то никакой нет. Мы только прессу мониторим, но для этого не нужна пиар-служба. Две недели назад мы отправили на согласование наш план. И никакого ответа. Мы даже не знаем, в какой стадии там дела. Может, его заново надо переписывать от начала до конца...*

– *Я прошу прощения, что перебиваю, – вступила Юлия, ничуть не утратившая дружелюбия и спокойствия, – но, скорее всего, так и придется сделать. Это наша общая ошибка, мы сразу не договорились... Мероприятия придумываем мы, а вы их организовываете и освещаете в СМИ.*

В данном фрагменте степень эмоциональности перебива ниже, чем в предыдущем примере. В психологии это называется «мягкий способ перебива» [18] или «позитивное прерывание партнера» [19]. Коммуникант специально проговаривает, что перебивает, т. е. предуведомляет (*я прошу прощения, что перебиваю*), внося тем самым оттенок вежливости и регламентированности и сглаживая истинное эмоциональное отношение к собеседнику. Это попытка сохранить стиль делового общения и не нарушить его статусность. Однако сам факт перебивания коммуниканта налицо. Юлия перебивает Катерину, поскольку ее раздражает сарказм Катерины (*я не понимаю всей нашей роли во всем этом замечательном деле*) и неуместность ее просторечного высказывания (*мы только прессу мониторим...*). Отрицательные эмоции коммуниканта порождают негативизм и его собеседника, что в вербальном отношении эксплицируется через перебив.

Аналогичные ситуации эмоционального перебивания речи бизнес-коммуникантов можно было бы умножить в данной статье (в нашей картотеке их достаточно много).

Приходим к выводу, что основными принципами эмотивной экологичности с участием перебивов в ситуации БО выступают, во-первых, соблюдение жанрово-стилевых особенностей данного типа общения (последовательность говорения, отсутствие резких лексических и синтаксических эмотивов, логичность высказывания, поочередность вступления в речь, завершенность высказывания и др.),

во-вторых, установка обоих коммуникантов на сглаживание/подавление агрессивных эмоций, возникающих в процессе интеракции, т. е. соблюдение принципа эмоциональной толерантности. Первый пример иллюстрирует эмотивно неэкологичный перебив, когда нарушены все указанные принципы. Второй пример показывает, что перебив может быть эмотивно экологичным, что свидетельствует об амбивалентности перебивов в БО. Однако в большинстве случаев, по свидетельству нашей картотеки данных, перебивы маркируют неэкологичную БК, являясь при этом негативным аффективом.

Модус экологичности эмотивного БО обусловлен также и статусом коммуникантов. Как показывает анализ коммуникативных ситуаций, перебивы выступают как аффективы, отражающие эмоциональное состояние коммуникантов, находящихся на высших ступенях социальной лестницы. Рассмотрим пример – фрагмент из художественного произведения Т. Устиновой «Персональный ангел», в котором показана ситуация знакомства крупного бизнесмена Тимофея Кольцова с работниками пиар-агентства, нанимаемых для проведения агитационной работы.

*Вся речь Приходченко выражала готовность служить верой и правдой.*

*– Разрешите представить вам Катерину Солнцеву. Она руководит в нашей компании службой специальных проектов, и ей нет в этом равных. Катерина разработала и провела всю PR-кампанию Друбича. Это был известный промышленник, желавший, чтобы о нем знали все его соотечественники. Еще без нас она работала в президентском штабе на прошлых выборах. Теперь мы полностью переключаем ее на этот проект и совершенно уверены, что...*

*– Большое спасибо, что встретились с нами, – оборвал его Кольцов. – К сожалению, время поджимает. Надеюсь, что мы работаем, – и медленно поднялся.*

Олигарх Кольцов грубо перебивает собеседника, явно демонстрируя ему свое социально-профессиональное (институциональное) превосходство и одновременно выражая нежелание продолжать беседу. Авторская ремарка «оборвал» эксплицитно сему грубости перебива. Отсутствие желания поддержать разговор можно объяснить некоторой степенью раздраженности бизнесмена чрезмерным заискиванием собеседника, его стремлением угодить и излишним восхвалением своих сотрудников.

Преобладание перебивов в речи людей с высоким социально-экономическим статусом объясняется психологически. Люди, более успешные в социально-экономическом отношении, чувствуют себя свободнее и увереннее в ходе беседы, поэтому

и часто перебивают собеседников. Такой результат был получен в ходе проведенного психологического исследования влияния социального статуса на характер и частоту перебивания [18].

В речи участников высокостатусного бизнеса грубые перебивы могут сопровождаться и другими аффективами, такими как оскорбления, ругань, мат. Примером может служить сцена из художественного фильма Meet Joe Black. Запись сопровождается нашими комментариями на основе услышанного. Билл, владелец крупной компании, узнает, что один из его акционеров – Дрю обещал продать компанию их конкуренту Бонтектью.

*Drew: Good evening, Bill. I just wanted to say how appreciate I am of this, um, grand gesture...*

*Bill: (Грубо перебивает.) Shut up and sit down! You are a useless sack of shit, Drew, you played footsie with John Bontecou so you could dismember my company to line your own pockets.*

*Drew: I don't know where you get that idea. The board agreed...*

*Bill: (Грубо перебивает, кричит.) The board didn't know you were a mole who burrowed inside so you could bury us all.*

Как видно из примера, руководители, директора, стоящие на высшей ступени иерархической лестницы в бизнесе, позволяют себе перебивать подчиненных им сотрудников, подчеркивая при этом свое профессиональное доминирование. Такая демонстрация социального положения всегда эмоциональна. Отражение эмоционального состояния адресанта сообщения (недовольство, раздраженность, злость, агрессия и т. п.) порождает негативные эмоции и чувства у адресата (чувство дискомфорта, неудобства, недоумения, неприязни, злости и т. п.), что свидетельствует об эмотивной неэкологичности перебивов в сочетании с вульгарной и сниженной (абсценной) лексикой высокостатусного БО.

Исследуя коммуникацию в сфере низкостатусного бизнеса (мелкого предпринимательства), приходим к мнению, что в настоящее время в современных социокультурных условиях указанный тип общения, как правило, маркирован эмотивной неэкологичностью: отсутствием эмоциональной толерантности, несоблюдением норм вежливости, пренебрежением стиливыми признаками делового общения и его этикой, что на практике реализуется в бесконечном потоке перебивов коммуникантами друг друга. Следующий пример иллюстрирует характер делового общения современных предпринимателей со своими работниками. Это фрагмент из реального общения директора строительной фирмы г. Волгограда с подчиненными, подслушанный. Рабочие недовольны задержкой заработной платы. Разговор протекает в офисе директора.

*– Здравствуйте, Дмитрий Алексеевич.*

– (Кивает головой.) *Что хотели? По какому вопросу?*

– *По поводу зарплаты. Хотели узнать...*

– (Перебивает директор.) *Все вопросы в бухгалтерию.*

– *Так в бухгалтерии сказали, что вы не подписали акт.*

– *Какой акт? По какому объекту?*

– *Акт выполненных работ. В физикакадемии мы делали...*

– (Перебивает директор.) *Акты подписываю не я, а прораб. Так что все вопросы к нему.*

– (Один рабочий не выдерживает и резко проносит.) *Почему вы все друг на друга сваливаете? Кто нам деньги заплатит?*

– *Как прораб подпишет акт и сдаст его в бухгалтерию, деньги вы получите.*

– *Так вызовите прораба сюда... Он нам сказал, что...*

– (Перебивает директор и грубо отвечает.) *Это не мои проблемы, что он там вам сказал, разбирайтесь сами. У меня других дел полно.*

– (Договаривают.) *...так он нам сказал, что надо к вам идти разбираться.*

– *Я вам говорю, у меня полно других дел. Завтра я с ним поговорю. Всё. Свободны.*

(Рабочие уходят недовольные.)

Несомненно, данная коммуникативная ситуация эмоциогенна. Рабочие злятся на директора. Директор раздражен приходом рабочих. Статус и зависимость подчиненных не позволяют им перебивать директора. Последний же, наоборот, постоянно перебивает сотрудников, демонстрируя свое эмоциональное отношение к ситуации (раздражение и злость в голосе, интонации, лексике, синтаксисе), нежелание продолжать разговор и выяснять обстоятельства дела. Директор выступает агрессивным стрессором для своих подчиненных. В данной ситуации нарушены все принципы эмотивной экологичности делового общения начальника и подчиненных.

Таким образом, изучение речевых перебивов в профессиональной сфере наводит на мысль о важности исследования их регулятивного потенциала [20] в целях экологичного коммуникативного взаимодействия общающихся. Анализ различных коммуникативных ситуаций в сфере бизнеса показывает преобладание эмоциональности в речевом по-

ведении коммуникантов независимо от статуса бизнеса и иерархической подчиненности его участников. Эмоционализация устной БК на языковом уровне порождает такое новое средство эмотивности, как речевой перебив, – аффектив, маркирующий неэкологичную БК. Перебив эксплицирует эмоционально-чувственные состояния коммуникантов. В ситуациях БО перебивание собеседника всегда эмоциогенно, т. е. вызывает, как правило, отрицательные эмоции и чувства у адресата и у наблюдателя. Характер перебивов (частота перебивания, степень эмоциональной насыщенности перебива – мягкие и грубые перебивы) варьируется в зависимости от социально-экономического статуса общения, индивидуально-личностных особенностей собеседников, но в большей степени от их сиюминутного эмоционального состояния в момент общения.

Перебивание собеседников в профессиональной деятельности, как и в бытовом общении, – это результат несдержанности партнеров в эмоциональном плане. Перебивы в речи деловых партнеров, как и оскорбления, возникают при отсутствии эмоциональной толерантности у общающихся и свидетельствуют об отсутствии у коммуникантов эмотивной компетенции.

Разрушительная энергия отрицательных эмоций – еще одно ярчайшее свидетельство влияния языка на конкретного человека и на общество в целом. Оно подтверждает наше убеждение в необходимости теоретической разработки нового направления – эмотивной лингвоэкологии, ибо эмоции, этические нормы коммуникативного поведения и здоровье человека конверсируемы.

Представленный в данной работе материал наводит на мысль о том, что неэкологичное общение в сфере бизнеса заключает коммуникативных партнеров в тесный языковой круг, в котором на бессознательном уровне происходит процесс трансформации целостности языковой личности профессионала. В результате распространения такого неэкологичного речевого поведения бизнесменов в социуме формируется так называемая языковая личность со сниженным эмоциональным интеллектом. А такая языковая личность может привести к разрушению нравственно-этических норм личностного и социального общения, воспроизводимого в неэкологичном общении людей.

### Список литературы

1. Сиротина О. Б. Основные критерии хорошей речи // Хорошая речь / под ред. М. Л. Кормилициной, О. Б. Сиротиной. 3-е изд.. М.: ЛИБРОКОМ, 2009. С. 16–29.
2. Шаховский В. И. От лингвистики эмоций к лингвоэкологии // Язык и мышление: психологические и лингвистические аспекты. Ульяновск, 2010. С. 57–59.
3. Шаховский В. И., Ионова С. В. Экологическое пространство языка: критические аспекты // Экология русского языка. Пенза. 2012. С. 311–324.

4. Шаховский В. И. Роль эмотивности в медиаэкологии // Меняющаяся коммуникация в меняющемся мире – 5. Волгоград, 2010. С. 223–226.
5. Солодовникова Н. Г. Экологичность эмотивной коммуникации (на примере предвыборных креолизованных газетных текстов): дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2010. 174 с.
6. Шаховский В. И., Солодовникова Н. Г. Роль эмоции в формировании экологичности массмедиаальной коммуникации. Человек в коммуникации: мотивы, стратегии и тактики: кол. монография. Волгоград, 2010. С. 20–35.
7. Цой А. И. Лексические средства эмотивных вкраплений в бизнес-коммуникации // Изв. Волгоградского гос. пед. ун-та. 2012. № 2 (66). С. 25–28.
8. Сердобинцева Е. Н. Профессиональная лексика русского языка: структурно-семантический, функционально-стилистический и когнитивный аспекты: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2011. 41 с.
9. Тюрина С. Ю. Лексико-фонетические характеристики связующих элементов дискурса в английской деловой речи (на материале фраз вежливого прерывания разговора): дис. ... канд. филол. наук. Иваново, 2003. 194 с.
10. Tannen D. You just don't understand. *Women and Men in Conversation* [Эл. ресурс]. N. Y., 1990. URL: <http://www.barnesandnoble.com/w/you-just-dont-understand-deborah-tannen>
11. Цирельсон Н. Ю. Взаимодействие иницирующих реплик и реплик-редакций в диалоге: на материале современного английского языка: дис. ... канд. филол. наук. М., 2002. 195 с.
12. Аристов С. А. Прагмалингвистическое моделирование мены коммуникативных ролей: дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2001. 212 с.
13. Граудина Л. К., Ширяев Е. Н. Культура русской речи: учеб. М.: Норма, 2006. 374 с.
14. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций. М.: Гнозис, 2008. 418 с.
15. Егидес А. П. Психология синтонного общения [Эл. ресурс]. 2006. URL: <http://nkozlov.ru/library/psychology/d385/>
16. Психология и этика делового общения: учеб. М.: Юнити-Дана, 2005. 415 с.
17. Павлова Н. Д. Коммуникативная функция речи: интенциональная и интерактивная составляющие: дис. ... д-ра психол. наук. М., 2000. 295 с.
18. Грошев И. В. Проявление половых различий в общении и склонности перебивать собеседника // Вестн. Тамбовского гос. ун-та. 1998. № 2. С. 26–33.
19. Грошев И. В., Щербак А. А. Половозрастные и гендерные особенности процесса общения: явление перебивания речи собеседника (обзор исследований) // Вестн. Тамбовского гос. ун-та. 2008. № 3 (59). С. 271–281.
20. Болотнова Н. С. О типологии регулятивных структур в тексте как форме коммуникации // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2011. Вып. 3 (105). С. 34–40.

Шаховский В. И., доктор филологических наук, профессор.  
**Волгоградский государственный социально-педагогический университет.**  
Пр. Ленина, 27, Волгоград, Россия, 400005.  
E-mail: shakhovsky2007@yandex.ru

Цой А. И., кандидат педагогических наук, доцент.  
**Волгоградский институт бизнеса.**  
Шоссе Авиаторов, 1, Волгоград, Россия, 400075.  
E-mail: alights@mail.ru

*Материал поступил в редакцию 24.05.2012.*

*V. I. Shakhovsky, A. I. Tsoy*

## **SPEECH INTERRUPTING AS A SIGN OF NONECOLOGICAL BUSINESS COMMUNICATION**

The article is about interdisciplinary science – emotive linguistics. The results of the linguistic analysis of emotional component of the texts in business communication are introduced. Speech interrupting is determined as a sign of nonecological business communication.

**Key words:** *emotive linguistics, business communication, speech interrupting, nonecological communication.*

Shakhovsky V. I.  
**Volgograd State Social-Pedagogical University.**  
Pr. Lenina, 27, Volgograd, Russia, 400005.  
E-mail: shakhovsky2007@yandex.ru

Tsoy A. I.  
**Volgograd Institute of Business.**  
Shosse Aviatorov, 1, Volgograd, Russia, 400075.  
E-mail: alights@mail.ru