

Ромашова И. П. Социальный конструкционизм корпоративного дискурса / И. П. Ромашова // Научный диалог. — 2019. — № 10. — С. 215—231. — DOI: 10.24224/2227-1295-2019-10-215-231.

Romashova, I. P. (2019). Social Constructionism of Corporate Discourse. *Nauchnyi dialog, 10*: 215-231. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-10-215-231. (In Russ.).



УДК 81'27+658.85:658.842

DOI: 10.24224/2227-1295-2019-10-215-231

## СОЦИАЛЬНЫЙ КОНСТРУКЦИОНИЗМ КОРПОРАТИВНОГО ДИСКУРСА

© **Ромашова Инна Петровна (2019)**, orcid.org/0000-0002-0304-6851, Scopus Author ID 422516, SPIN-code 3809-8587, кандидат филологических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского» (Омск, Россия), romashova.inna@gmail.com.

Статья посвящена проблеме социального конструкционизма современных дискурсов, который проявляется в их возможности формировать мнение целевых групп и создавать алгоритмы социальных действий. Рассматриваются существующие подходы к пониманию социального конструкционизма, свидетельствующие о возможности лингвистической интерпретации и моделирования технологий создания дискурсивных моделей и включения их в деятельность социальных групп, одной из которых является корпорация. Новизна исследования видится в том, что впервые понятие «дискурсивная технология» рассматривается как объект изучения в лингвистике, характеризующий социальный конструкционизм. Предлагается типология дискурсивных технологий конструирования, включающая технологии построения текста, разработки текста и его внедрения в профессиональные практики корпорантов. Автор использует в качестве методики комплексный прагматилистический анализ текстов корпоративного дискурса и проводит реконструкцию дискурсивных технологий построения текста и формирования коммуникативных навыков персонала.

Ключевые слова: корпоративный дискурс; социальный конструкционизм дискурса; дискурсивная практика; дискурсивная технология.

### 1. Постановка проблемы

Середина XX — начало XXI веков характеризуется качественным изменением роли дискурсов в жизни общества. В связи с этим философы и социологи говорят о «дискурсивизации социального мира», или «дискурсивности социальной реальности» [Бергер и др., 1995; Переверзев и др., 2013, с. 6; Саяпина, 2011]. Дискурсы приобрели возможность формировать объекты: «Дискурсы определяют социальные, культурные и глобальные

изменения — экологические катастрофы, войны, смены политического курса. Более локально они формируют новые социальные группы, изменяют миссию организаций, рекламу, моду и т. д.» [Красных, 2008, с. 4].

Способность дискурсов к моделированию, трансформации социальных объектов изучается в настоящее время специалистами разных гуманитарных наук в рамках широкого подхода, который условно обозначают термином *социальный конструкционизм*. Теоретические основы социального конструкционизма заложены в трудах философов (М. Фуко, Ж. Бодрийяра, Р. Барта, О. Ф. Русаковой, Е. А. Кожемякина), психологов (Дж. Келли, Г. Вернера, С. Московичи, V. Burg, W. Pearce, J. Powers, К. Дж. Джерждена), социологов (П. Бергера, Т. Лукмана), лингвистов (Н. Фэйркло, М. В. Йоргенсен, Л. Дж. Филлипс), что дает основание говорить о его общегуманитарном характере. Суть этого направления М. Л. Макаров обозначил следующим образом: «Более традиционные подходы объясняют реализацию социальных отношений в речи и языке с помощью принципа отражения. Социальный конструкционизм, наоборот, утверждает, что и отношения, и проекции “Я” в речи и языке конструируются, а не отражаются» [Макаров, 2003, с. 43].

Социальный конструкционизм, изначально понимаемый как направление, где исследуются способы когнитивного представления в дискурсе реальных или иных картин мира, получил в современных дискурс-исследованиях новый импульс. Проблема дискурсивизации и социального конструкционизма как ее проявления приобретает в постиндустриальном обществе еще один, актуальный для нашего исследования аспект. Он заключается в том, что дискурсивное конструирование все чаще приобретает характер воспроизводимой технологии [Fairclough, 1996; Технологизация дискурса ..., 2011]. Можно говорить о том, что дискурсивное конструирование текстовых практик и общественных феноменов стало самостоятельным видом деятельности и локализуется в институтах, специализирующихся на лингвотехнологиях воздействия на общественное сознание: масс-медиа, рекламы и особенно связей с общественностью (PR) [Чернявская, 2006, с. 18—19; Фэйркло, 2009; Ежова, 2010 и др.]. В частности, во многом благодаря PR дискурсивное конструирование приобрело вполне легитимный характер: «PR-специалист всё больше превращается в «проектировщика» и «конструктора» социальных процессов — в «созидателя социальной реальности» [Клягин и др., 2004, с. 20]. Появление новых прикладных дисциплин, таких как коммуникационный менеджмент, нейролингвистическое программирование и нейромаркетинг, сделало возможности дискурсивного влияния практически неограниченными. Обще-

ство знает об использовании PR-, рекламных, медийных дискурсивных технологий, их применению обучают специалистов, что, на наш взгляд, символизирует наступление нового этапа проявлений социального конструкционизма, когда к речевым практикам стали относиться как к особой коммуникативной деятельности, обеспечивающей успешность практик социальных: «Так, не подлежит сомнению необходимость исследовать с позиций лингвистики то, как функционирует язык в устах психотерапевта, менеджера, преподавателя в коммуникативном пространстве психотерапевтической, коммерческой, учебной деятельности <...> Исследования в этой области вносят большой вклад в проблему изучения коммуникативных технологий» [Григорьева, 2007, с. 6]. Применение дискурсивных технологий стало восприниматься как экипировка (скорее даже «рабочая одежда»), необходимая любой персоне или социальному институту, чтобы эффективно функционировать в пространстве публичных и профессиональных коммуникаций. В связи с этим актуальной для лингвистики рубежа XX—XXI веков стала проблема технологизации дискурсивной деятельности (Н. Фэйркло, С. Н. Плотникова, Л. Н. Куликова).

В отечественной лингвистике пока не сложилось единое направление, в котором изучалась бы социально-конструкционистская роль дискурсов, системно анализировались технологии их влияния на деятельность и сознание людей. Но исследование отдельных аспектов этой ширококомасштабной проблемы уже ведется и признается достаточно перспективным.

Проблемы социального конструкционизма дискурсов поднимаются в работах отечественных философов О. Ф. Русаковой, В. М. Русакова и других ученых екатеринбургской школы «Дискурс-ПИ», а также специалистов Белгородского государственного университета (Е. А. Кожемякин, Е. Переверзев и др.). Технологии дискурсивного конструирования системно изучаются коллективом ученых Иркутского государственного лингвистического университета [Технологизация дискурса ..., 2011] и специалистами Сибирского федерального университета [Дискурсивные практики ..., 2015]. Исследование миромоделирующей функции дискурсов ведется в Томском государственном университете [Картины русского мира ..., 2009]. Проблематика социального конструкционизма дискурсов находит отражение в концепции «стратегических дискурсов» («дискурсов влияния»), развиваемой в трудах В. И. Карасика, А. В. Олянич, В. А. Буряковской, Е. Ю. Ильиновой, И. В. Крюковой, Ю. А. Кабаковой, О. В. Кирпичевой и др. Речевоздействующий потенциал новых дискурсивных практик, лингвотехнологий имиджмейкинга и позиционирования анализируются специалистами Омского государственного университета им. Ф. М. Достоевского

под руководством О. С. Иссерс [Современная речевая коммуникация ..., 2009, 2011].

Дискурсивизация социального мира и формирование взгляда на дискурс как особый вид деятельности стали той онтологической и теоретической базой, которая сделала актуальным изучение практик и технологий социального конструирования, применяемых в корпоративном дискурсе (далее — КД). Выбор именно этого дискурса определяется тем, что, по мнению исследователей, в отечественных корпорациях применяются многие передовые дискурсивные практики социального конструирования: «In the last decade discourse practices in corporate communication are being actively technologised. Corporate structures are developing their own technologies, as a rule anonymous in terms of authorship, produced for the internal and external organisational environment» [Kulikova, 2012, с. 1756] (В последнее десятилетие в корпоративную коммуникацию активно внедряются дискурсивные практики. Корпоративные структуры разрабатывают собственные технологии, как правило, анонимные с точки зрения авторства, предназначенные для внутренней и внешней организационной среды). С их помощью корпорации достаточно эффективно формируют требуемое коммуникативное поведение сотрудников, обеспечивается нужное восприятие деятельности компаний значимыми целевыми аудиториями.

Соответственно, материалом для анализа послужили тексты корпоративного дискурса, объектом — дискурсивные практики и технологии их разработки и внедрения для обеспечения эффективной профессиональной деятельности корпораций, а предметом — социально-конструкционистский потенциал практик и технологий КД.

Методология исследования включает комплексный лингвокогнитивный и прагматилистический анализ текстов КД для экспликации тех дискурсивных технологий, которые позволяют дискурс-технологам добиваться нужного когнитивно-перлокутивного эффекта. В работе также проведена реконструкция дискурсивных практик создания и внедрения данных текстов, благодаря которым корпорациям удается внедрять дискурсивные конструкторы в профессиональное общение сотрудников.

В качестве материала исследования в статье использованы 18 текстов речевых модулей (далее — РМ), характерных для коммуникативного пространства в коммерческих структурах Омска, Ульяновска, Ставрополя, Новосибирска, а также федеральных компаниях. Для реконструкции применяемых дискурсивных технологий мы обратились к статьям и экспертным интервью, где объектом рефлексии специалистов выступают практики

создания и применения текстов РМ [Либерова, 2008; Еремеева, 2013; Кузнецова, 2011, 2012; Кабушка, 2012; Иванов и др., 2016.]. В качестве материала для реконструкции были использованы расшифровки видеозаписей тренингов.

## 2. Понятие дискурсивной технологии (ДТ)

Для экспликации дискурсивных технологий социального конструирования мы избрали такой жанр КД, как речевые модули (в иной терминологии — скрипты). Жанр широко распространен в компаниях, самых разных по сфере деятельности. Содержание РМ составляют пошаговые алгоритмы моделей делового взаимодействия, разработанные для всех ситуаций общения в корпорации, которые обязаны использовать сотрудники при работе с целевыми аудиториями.

Целью анализа стало выявление тех дискурсивных технологий, которые обеспечивают применение разработанных моделей в деятельности корпорантов. Под дискурсивной технологией (далее — ДТ) мы понимаем поэтапное применение дискурсивных практик по разработке и внедрению корпоративных текстов, последовательная реализация которых должна привести к запланированному дискурс-технологом когнитивному и (или) перлокутивному эффекту. Определение *дискурсивная* применительно к термину *технология* означает, что речь идет прежде всего о практиках создания и применения текстов.

В ходе исследования было установлено, что ДТ не однотипны. При анализе РМ были выявлены три вида ДТ.

Первый вид ДТ мы назвали технологией конструирования текста. Она обеспечивает такое качество текстовой репрезентации коммуникативных практик организации, которое позволит в дальнейшем воспроизвести их в деятельности сотрудников.

## 3. ДТ конструирования текстов речевых модулей

Анализ показал, что технологичность текстов РМ обеспечивается, в первую очередь, благодаря моделированию коммуникативной ситуации профессионального общения в виде пошагового алгоритма (рис. 1).

Необходимость применения тактики алгоритмизации объясняется тем, что в основе представления коммуникативной ситуации в виде алгоритма лежит, как правило, общая схема взаимодействия корпорации с ее контрагентами. Для коммерческих структур такой схемой является маркетинговая схема продаж: установление контакта — выявление потребности кли-

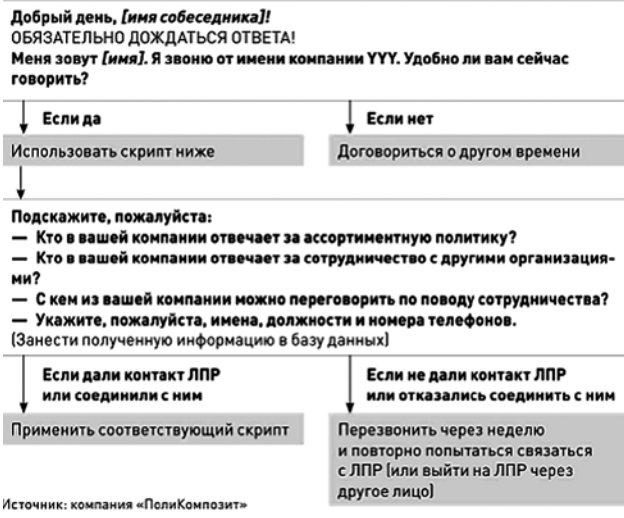


Рис. 1. РМ «холодного звонка» компании «ПолиКомпозит»

ента — презентация товара или услуги — работа с возражениями — завершение сделки. По такому алгоритму выстроены РМ практически во всех проанализированных текстах.

При этом алгоритмизованность не отрицает вариативность речевого поведения сотрудников. Как раз наоборот, вариативность выступает одной из ключевых тактик конструирования модуля. Вариативность закрепляется и в схеме алгоритма (рис. 1), и на уровне вариативности конкретных речевых ходов. В частности, для каждого этапа общения в РМ предлагаются несколько вариантов речевого оформления высказывания (рис. 1).

В связи с этим третья тактика ДТ конструирования, помимо тактик алгоритмизации и вариативного представления речевого поведения, заключается в том, что в РМ обязательно должны быть предложены образцы (клише) профессионального общения. Именно фиксация конкретных речевых ходов обеспечивает действенность РМ. Допустим, в скриптах продаж металлических дверей «Тогех» начать общение с клиентом рекомендуется с фразы: «Добрый день, у Вас ремонт или присматриваете дверь на будущее?» В случае, если клиент говорит «Да, делаю ремонт, выбираю дверь», спросить: «Дверь нужна в квартиру или в дом?».

Четвертая тактика ДТ конструирования заключается в комплексном характере описания как вербального, так и невербального поведения со-

трудников. В РМ конкретизируется также интонационное оформление высказывания: «Начиная разговор с клиентом, **делайте это спокойно и уверенно, без спешки или назойливости**» (Федеральный банк, г. Рязань 2012). Комплексное описание речевого поведения участника институциональной коммуникации: фраза, ее интонационное оформление, невербалика — призвано обеспечить воспроизведение РМ в реальной ситуации делового взаимодействия, что позволяет говорить о применении тактики комплексного описания как о технологии.

В РМ сконструированы также иллюкутивные эффекты — ответные реплики клиента. Особенно детально описываются ответные реплики в тех разделах РМ, которые посвящены работе с возражениями клиента (табл. 1).

Таблица 1

РМ торговой сети по продаже бытовой техники (Омск, 2013)

<b>Возражение</b>	<b>Варианты работы с возражениями</b>
«Сомнение в качестве товара»	«Я Вас понимаю, качество бытовой техники — это действительно важно!» (Если сомнение клиента связано с конкретным дефектом — дать информацию о технологии производства, подчеркнув его надежность)
«У вас все дорого»	«Согласна с Вами, цена бытовой техники очень важна!» «Покупатели пользуются нашей техникой по несколько лет!» «Думаю, вы согласитесь, что качественная техника не может стоить дешево?! Вы можете приобрести этот товар в рассрочку на максимально выгодных для вас условиях!»

Примеры, приведенные в таблице 1, демонстрируют, что дискурс-технологии — авторы РМ — систематизируют ответные реплики продавца и покупателя, осуществляя их семантический, жанровый, тактико-стратегический анализ, что характеризует наукоемкость применяемых дискурсивных технологий.

Подход к конструированию текста РМ как к дискурсивной технологии обусловлен тем, что данные практики применяются в компаниях, различных по виду деятельности. Однако даже самый высокотехнологичный, детально разработанный текст РМ не выполнит возложенной на него функции повышения эффективности бизнес-коммуникаций, если не будут применены другие выявленные нами ДТ — операционального типа, связанные с разработкой и внедрением текста РМ.

#### 4. ДТ операционального типа: разработка РМ

Под ДТ операционального типа мы понимаем те социальные и одновременно дискурсивные практики, благодаря которым комплексные модели коммуникативных ситуаций, сконструированные в РМ, становятся реальностью профессионального общения корпорантов. В статьях и мастер-классах дискурс-технологов: бизнес-тренеров, HR-специалистов, менеджеров — выделяется следующая универсальная последовательность дискурсивных практик разработки текстов РМ [Кузнецова, 2011, с. 57; Шевелев, 2012; Колесникова, 2013; Дашкиев, 2014; Иванов и др., 2016]:

1) обсуждение идеи и технологии создания текста с руководством и ведущими специалистами организации в речевых жанрах беседы, совещания, тренинга или мозгового штурма;

2) анализ практик делового общения, существующих на данный момент в организации, на основе записей телефонных диалогов сотрудников, записей, выполненных с помощью методики «тайный покупатель», чек-листов;

3) создание проекта РМ с применением уже рассмотренной ДТ конструирования текста;

4) коллективное обсуждение проекта на тренинге, конференции или собрании трудового коллектива;

5) закрепление текста РМ в приказах и других официально-деловых документах.

На этапе обсуждения формулируются задачи, которые планируется решить с помощью РМ, определяются формат текста и этапы работы над ним. Такие совместные обсуждения, помимо прочего, направлены на одобрение нового текста корпоративным сообществом (на его легитимацию): «Идею клиентоориентированного подхода РМ нужно было донести до каждого сотрудника. Для этого и был организован тренинг. Необходимо было договориться с коллегами о том, что такое клиентоориентированность, понять, что люди об этом думают, как они видят высокий сервис» [Колесникова, 2013, с. 10].

На втором этапе дискурс-технологии (специалисты консалтинговых агентств, маркетологи или филологи) проводят аудит имеющихся речевых навыков персонала: «Сначала перед написанием скриптов мы проводим аудит существующей в вашей компании технологии продаж / Посмотрим / кто и как продает. // ... есть возможность записать телефонные или обычные переговоры продавцов. // Я анализирую / слушаю разговоры / и мы вместе принимаем решение о работе» (Мастер-класс Колотилова, 2018). В ходе такого исследования дискурс-технолог составляет пол-



ный список типовых коммуникативных ситуаций для данной организации, извлекает (не)эффективные речевые шаблоны из общения сотрудников и составляет комплексную модель эффективной коммуникации для каждой ситуации делового общения.

На третьем этапе дискурс-технолог готовит проект РМ, используя ДТ построения текста, о которых уже шла речь в настоящей статье.

На четвертом этапе созданная экспертом РМ обязательно обсуждается с руководством и сотрудниками: «Консультант по разработке стандартов вовлекла в обсуждение алгоритмов для обслуживания гостей всех наших сотрудников. Так что они сами добавили вежливые фразы, которые приятны гостям, пожелания “удачного дня”, “приятного аппетита”» [Харисов, 2006]; «Каждый речевой модуль обкатывается друг на друге в формате “сотрудник-клиент”. Тренинг — лучший способ обновить словарный “ассортимент” и проверить фразу на жизнеспособность» [Кузнецова, 2011, с. 73]. Речевые жанры обсуждения могут быть самыми разными: тренинг, совещание, интернет-дискуссия. Помимо задачи совершенствования текста, такие обсуждения обладают тем же легитимирующим эффектом: «Полезной будет серия тренингов с проработкой как типичных, так и экзотических ситуаций. Пусть их предлагают сами работники. Решите все задачки с помощью стандартов. Покажите, какую волшебную палочку вы дарите коллективу» [Кабушка, 2013, с. 33].

На последнем этапе готовый текст РМ проходит процедуру утверждения на собраниях: «Проведите собрание, на котором руководитель обоснует необходимость нового подхода, ответит на вопросы, чтобы каждый исполнитель осознал: речевые модули — не мимолетная модная прихоть, а эффективный рабочий инструмент» [Кабушка, 2013, с. 33]. Обязательной дискурсивной практикой является утверждение разработанного РМ в официально-деловых документах компании (в приказах, распоряжениях): *В целях повышения качества обслуживания клиентов в сфере грузовых перевозок: 1. Утвердить и ввести в действие с момента подписания прилагаемый «Стандарт обслуживания клиентов в Центре фирменного транспортного обслуживания» (далее Стандарт). 2. Директору Центра фирменного транспортного обслуживания ХХХ довести утвержденный Стандарт до сведения причастных специалистов и обеспечить его неукоснительное исполнение (Распоряжение ОАО «РЖД» от 30.12.2011).* Этот последний этап разработки РМ способствует закреплению нового жанра КД. Далее используется ДТ, направленная на то, чтобы сделать содержание РМ ежедневной практикой профессионального общения корпорантов.

#### 4. ДТ операционального типа: внедрение текстов РМ

По мнению экспертов и бизнес-тренеров, этап внедрения включает несколько шагов: обучение, контроль, санкции за неисполнение [Скуратович, 2016; Кузнецова, 2011; Третьяков, 2012]. Каждый этап реализуется в определенных жанрах — дискурсивных практиках.

Сначала сотрудники должны приобрести навык применения РМ на тренинговых занятиях: «Технология, которую я использую, включает общий тренинг. Нужно собрать группу и изучить всем вместе общие понятия грамотного обслуживания, отработать стандарты речевого общения» [Константинова, 2011, с. 38]. Тренинги по применению РМ включают, помимо заучивания текста, отработку интонации: *Если вы считаете / что важен не только текст / но и интонации / с которыми он произносится // то можете создать эталонные записи произнесения речевых модулей / и оценивать не только знание текста / но и соответствие того / как сотрудник его читает / интонационному рисунку эталонной записи* (Тренинг Дашкиева, 2014).

На втором этапе внедрения руководство контролирует применение новых речевых навыков: *Соблюдение стандартов обслуживания покупателей контролируется ежедневно: администратором магазина в течение рабочего дня; не менее одного раза в две недели директором ОП при посещении магазинов. Контроль осуществляется согласно Анкете комплексной оценки магазинов* (Стандарт обслуживания сети обувных магазинов, 2012). Одна из дискурсивных практик оценивания представлена в жанре специального аттестационного листа (чек-листа) (табл. 2).

Таблица 2

Фрагмент оценочного Check-листа торговой сети

Параметры	Работа сотрудников	Оценка
1. Манера общения и поведения продавца	Продавцы доброжелательны, вежливы, каждый встречает покупателя с улыбкой и здоровается. Продавцы заинтересованы в покупателе. Речь сотрудников грамотна, отсутствуют слова-паразиты.	
2. Умение установить контакт и расположить к себе покупателя	Продавцы используют приемы активного слушания, подстраиваются под клиента по громкости и скорости речи, стремятся расположить клиентов к себе и проявить инициативу в разговоре.	

На последнем этапе внедрения РМ проводится аттестация персонала: «каждый сотрудник, работающий с клиентами, обязан сдать аттестацию по использованию скриптов» [Третьяков, 2012].

Анализ дискурсивных практик и технологий производства и потребления высокотехнологичных текстов КД, таких как речевой модуль, представляется важным для изучения социального конструкционизма дискурсов, поскольку эти практики и технологии выступают не только в качестве ситуаций функционирования текста («фона»), но и в роли механизма закрепления дискурсивных конструктов в сознании и поведении людей. Иначе говоря, при изучении современных практик создания и применения институциональных текстов исследователь выходит на уровень анализа дискурсивных практик и технологий, на котором, собственно, и эксплицируются и становятся понятными механизмы социального конструкционизма.

#### **Источники и принятые сокращения**

1. *Дашкиев М.* Скрипты разговоров для продаж и звонков : тренинг [Электронный ресурс] / М. Дашкиев. — 2014. — Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=GVPcZn8twvI>.

2. *Колотилов Е.* Скрипты продаж для b2b. Базовые принципы построения скриптов продаж : тренинг [Электронный ресурс] / Е. Колотилов. — Режим доступа : [https://vk.com/im?sel=329244171&z=video329244171\\_456239026%2Fe471e880cbaac0421](https://vk.com/im?sel=329244171&z=video329244171_456239026%2Fe471e880cbaac0421).

3. *Распоряжение* ОАО «РЖД» от 30.12.2011 N 2873р «Об утверждении Стандарта обслуживания клиентов в Центре фирменного транспортного обслуживания». [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://legalacts.ru/doc/rasporjazhenie-oao-rzhd-ot-30122011-n-2873r-ob-utverzhenii/>.

4. *Речевые* модули «холодного звонка» компании «ПолиКомпозит» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [polycomposit.com/kompozitnaya-produktsiya/ustrojstvo-zakladki-kabelya](http://polycomposit.com/kompozitnaya-produktsiya/ustrojstvo-zakladki-kabelya).

5. *Речевые* модули call-центра АО «Сбербанк России» [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа : <http://rech-modul.ru/>.

6. *Речевые* модули call-центра Интернет-магазина [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа : <http://rech-modul.ru/>.

7. *Речевые* модули call-центра телекоммуникационной компании [Электронный ресурс]. — Омск, 2013. — Режим доступа : <http://rech-modul.ru/>.

8. *Речевые* модули call-центра Управляющей компании ЖКХ [Электронный ресурс]. — 2012. — Режим доступа : <http://rech-modul.ru/>.

9. *Речевые* модули компании по продаже лакокрасочных материалов [Электронный ресурс]. — 2012. — Режим доступа : <http://rech-modul.ru/>.

10. *Речевые* модули лор-отделения клиники «Евромед» [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа : [http://socmp.ru/f/skripty\\_shablony.docx](http://socmp.ru/f/skripty_shablony.docx).

11. *Речевые* модули отдела продаж компании «Сингра» [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа : <https://tech-modul.ru/>.
12. *Речевые* модули отдела продаж федерального банка [Электронный ресурс]. — Рязань, 2012. — Режим доступа : <https://tech-modul.ru/>.
13. *Речевые* модули пекарни СХК [Электронный ресурс]. — Новосибирск, 2011. — Режим доступа : <http://tech-modul.ru/>.
14. *Речевые* модули сети магазинов женской одежды [Электронный ресурс]. Ставрополь, 2011. — Режим доступа : <http://tech-modul.ru/>.
15. *Речевые* модули сети магазинов косметики и бытовой химии (2008) [Электронный ресурс]. — 2008. — Режим доступа : [https://www.iqsqos.ru/QS\\_salesbook.docx](https://www.iqsqos.ru/QS_salesbook.docx).
16. *Речевые* модули службы такси [Электронный ресурс]. — Омск, 2011. — Режим доступа : <http://tech-modul.ru/>.
17. *Речевые* модули торговой сети по продаже бытовой техники [Электронный ресурс]. — Омск, 2013. — Режим доступа : <https://tech-modul.ru/>.
18. *Речевые* модули Центра телефонного обслуживания граждан в предоставлении государственных и муниципальных услуг [Электронный ресурс]. — 2011. — Режим доступа : <https://tech-modul.ru/>.
19. *Речевые* модули экспедиторов компании по продаже канцелярских товаров «Рельеф-центр» [Электронный ресурс]. — 2013. — Режим доступа : <https://tech-modul.ru/>.
20. *Скрипты* продаж металлических дверей «Тorex» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://tech-modul.ru/>.
21. *Скуратович Д.* Скрипты продаж : мастер-класс [Электронный ресурс] / Д. Скуратович. — Режим доступа : <http://www.youtube.com/watch?v=7PyZgaPoUD8>.
22. *Стандарт* обслуживания сети обувных магазинов [Электронный ресурс]. — 2012. — Режим доступа : <http://legalacts.ru/doc/rasporjazhenie-oao-rzhd-ot-30122011-n-2873r-ob-utverzhdanii/>.
23. *Шевелев О.* Скрипты продаж. Как из 10 звонков сделать 10 продаж : мастер-класс [Электронный ресурс] / О. Шевелев. — Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=7PyZgaPoUD8>.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Бергер П.* Социальное конструирование реальности / П. Бергер, Т. Лукман. — Москва : Медиум, 1995. — 323 с.
2. *Григорьева В. С.* Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты : монография / В. С. Григорьева. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, 2007. — 288 с.
3. *Дискурсивные* практики современной институциональной коммуникации : монография / под науч. ред. Л. В. Куликовой. — Красноярск : Сибирский Федеральный университет, 2015. — 182 с.
4. *Ежова Е. Н.* Медиа-рекламная картина мира: структура, семиотика, каналы трансляции : диссертация ... доктора филологических наук / Е. Н. Ежова. — Воронеж, 2010. — 509 с.
5. *Еремеева Н. А.* Разработка корпоративных стандартов обслуживания Клиентов. Индивидуально разработанные стандарты сервиса для Вашей Компании [Элек-

тронный ресурс] / Н. А. Еремеева. — 2013 — Режим доступа : <http://neremeeva.ru/?p=196>.

6. *Иванов В. В.* Методика разработки миссии органа исполнительной власти [Электронный ресурс] / В. В. Иванов, А. Н. Коробова. — 2016. — Режим доступа : <http://gosbook.ru/node/93566>.

7. *Кабушка Н.* Неизбежность эры качества [Электронный журнал] / Н. Кабушка // Территория клиента. — 2013. — № 4. — С. 33—35. — Режим доступа : <http://www.tkjournal.ru/tekhnologii/service-upteka/neizbezhnost-ery-kachestva/>.

8. *Картины* русского мира: образы языка в дискурсах и текстах. — Томск : ИД СК-С, 2009. — 355 с.

9. *Клягин С. В.* Игра в «классику»: методология PR-коммуникации и динамика научных парадигм / С. В. Клягин, Е. Н. Осипова // Актуальные проблемы теории коммуникации : сборник научных трудов. — Санкт-Петербург : СПбГПУ, 2004. — С. 20—34.

10. *Колесникова О.* Внедрение речевых модулей / О. Колесникова // Территория клиента. — 2013. — № 4. — С. 7—11.

11. *Константинова В.* Как воспитать ориентацию на клиента в сотрудниках [Электронный журнал] / В. Константинова // Территория клиента. — 2011. — № 1. — С. 33—38.

12. *Красных В. В.* Предисловие научного редактора / В. В. Красных // Филлипс М. В. Дискурс-анализ : теория и метод / М. В. Филлипс, Л. Дж. Йоргенсен. — Харьков : Гуманитарный центр, 2008. — С. 4.

13. *Кузнецова Т.* Эй, чего вы хотели?! [Электронный ресурс] / Т. Кузнецова // Управление сбытом. — 2011. — № 8. — Режим доступа : <http://rech-modul.ru/praktikum>.

14. *Либерова Т.* Корпоративные стандарты работы с клиентами / Т. Либерова // Корпоративная имиджология. — 2008. — № 2. — С. 42—46.

15. *Макаров М. Л.* Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. — Москва : Гнозис, 2003. — 280 с.

16. *Переверзев Е. В.* О книге Т. Ван Дейка «Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации» [Электронный журнал] / Е. В. Переверзев, Е. Н. Кожемякин // Современный дискурс-анализ. — 2013. — Вып. 8. — Режим доступа : <http://www.discourseanalysis.org>.

17. *Саятина И. Ю.* Медийное конструирование социальной реальности: теоретико-методологический подход : автореферат диссертации ... кандидата социологических наук / И. Ю. Саяпина. — Саратов, 2011. — 19 с.

18. *Серебренникова Д.* Парадокс российского сервиса [Электронный журнал] / Д. Серебренникова // Территория клиента. — 2011. — № 4. — С. 32—35.

19. *Современная* речевая коммуникация: новые дискурсивные практики : монография / отв. ред. О. С. Иссерс. — Омск : Омский государственный университет, 2011. — 344 с.

20. *Современная* речевая коммуникация: стратегии и жанры : сборник научных статей / под ред. О. С. Иссерс. — Омск : Омский государственный университет, 2009. — Вып. 1. — 198 с.

21. *Технологизация* дискурса в современном обществе : коллективная монография / под ред. С. Н. Плотниковой. — Иркутск : ИГЛУ, 2011. — 320 с.

22. *Третьяков К.* Скрипты продаж: 7 шагов к клиенту и его деньгам : методическое пособие для менеджеров и консультантов [Электронный ресурс] / К. Третьякова. — Режим доступа : <http://www.scriprodag.ru>.

23. *Фэйркло Н.* Диалектика дискурса [Электронный журнал] / Н. Фэйркло // Современный дискурс-анализ : методология: концептуальные обоснования. — 2009. — Вып. 1. — Т. 1. — Режим доступа : <http://www.discourseanalysis.org>.
24. *Харисов В.* На языке «эспрессо» [Электронный журнал] / В. Харисов // Территория клиента. — 2011. — № 5. — С. 19—21. — Режим доступа : <http://www.tkjournal.ru/technologii/na-yazyke-espresso/>.
25. *Чернявская В. Е.* Дискурс власти и власть дискурса / В. Е. Чернявская. — Москва : Флинта: Наука, 2006. — 136 с.
26. *Kulikova L. V.* Technologisation of Discourse Practices: Globality Versus Cultural Specificity / L. V. Kulikova // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. — 2012. — 12 (5). — 1753—1761.
27. *Fairclough N.* Technologisation of discourse / N. Fairclough // Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis / C. R. Caldas-Coulthard, M. Coulthard (eds). — New York : Routledge, 1996. — P. 71—84.

---

## SOCIAL CONSTRUCTIONISM OF CORPORATE DISCOURSE

© **Inna P. Romashova (2019)**, [orcid.org/0000-0002-0304-6851](https://orcid.org/0000-0002-0304-6851), Scopus Author ID 422516, SPIN-code 3809-8587, PhD in Philology, associate professor, Omsk State University named after F. M. Dostoevsky (Omsk, Russia), [romashova.inna@gmail.com](mailto:romashova.inna@gmail.com).

The article is devoted to the problem of social constructionism of modern discourses, which is manifested in their ability to form the opinion of target groups and create algorithms of social actions. The existing approaches to the understanding of social constructionism, indicating the possibility of linguistic interpretation and modelling technologies for creating discursive models and their inclusion in the activities of social groups, one of which is the corporation, are considered. The novelty of the study is seen in the fact that for the first time the concept of "discursive technology" is considered as an object of study in linguistics, characterizing social constructionism. A typology of discursive technologies of construction, including technologies of text construction, text development and its implementation in professional practices of corporates is proposed. The author uses the method of complex pragmasylistic analysis of texts in corporate discourse and reconstructs the discursive technologies of text construction and the formation of communicative skills of staff.

Key words: corporate discourse; social constructionism of discourse; discursive practice; discursive technology.

## MATERIAL RESOURCES

- Ckripty prodazh metallicheskih dverey «Torex».* Available at: <https://rech-modul.ru/>. (In Russ.).
- Dashkiyev, M. (2014). *Skripty razgovorov dlya prodazh i zvonkov: trening.* Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=GVPcZn8tvwI>. (In Russ.).
- Kolotilov, E. *Skripty prodazh dlya b2b. Bazovyye printsipy postroyeniya skriptov prodazh: trening.* Available at: [https://vk.com/im?sel=329244171&z=video329244171\\_456239026%2Fe471e880cbaac0421](https://vk.com/im?sel=329244171&z=video329244171_456239026%2Fe471e880cbaac0421). (In Russ.).

- Rasporyazheniye OAO «RZhd» ot 30.12.2011 N 2873r «Ob utverzhdenii Standarta obsluzhivaniya klientov v Tsentre firmennogo transportnogo obsluzhivaniya».* (2011). Available at: <http://legalacts.ru/doc/rasporjazhenie-oao-rzhd-ot-30122011-n-2873r-ob-utverzhdenii/>. (In Russ.).
- Rechevye moduli «kholodnogo zvonka» kompanii «PoliKompozit».* Available at: [polycompozit.com/kompozitnaya-produktsiya/ustrojstvo-zakladki-kabelya](http://polycompozit.com/kompozitnaya-produktsiya/ustrojstvo-zakladki-kabelya). (In Russ.).
- Rechevye moduli call-tsentra AO «Sberbank Rossii».* (2011). Available at: <http://tech-modul.ru/>. (In Russ.).
- Rechevye moduli call-tsentra Internet-magazina.* (2011). Available at: <https://tech-modul.ru/>. (In Russ.).
- Rechevye moduli call-tsentra telekommunikatsionnoy kompanii.* (2013). Omsk. Available at: <http://tech-modul.ru/>.
- Rechevye moduli call-tsentra Upravlyayushchey kompanii ZhKKh.* (2012). Available at: <http://tech-modul.ru/>. (In Russ.).
- Rechevye moduli kompanii po prodazhe lakokrasochnykh materialov.* (2012). Available at: <http://tech-modul.ru/>. (In Russ.).
- Rechevye moduli lor-otdeleniya kliniki «Evromed».* (2011). Available at: [http://socmp.ru/f/skripty\\_shablony.docx](http://socmp.ru/f/skripty_shablony.docx). (In Russ.).
- Rechevye moduli otдела prodazh kompanii «Singra».* (2013). Available at: <https://tech-modul.ru/>. (In Russ.).
- Rechevye moduli otдела prodazh federalnogo banka.* (2012). Ryazan'. Available at: <https://rech-modul.ru/>. (In Russ.).
- Rechevye moduli pekarni SKKhK.* (2011). Novosibirsk. Available at: <http://rech-modul.ru/>. (In Russ.).
- Rechevye moduli seti magazinov zhenskoy odezhdyy.* (2011). Stavropol'. Available at: <http://rech-modul.ru/>. (In Russ.).
- Rechevye moduli seti magazinov kosmetiki i bytovoy khimii.* (2008). Available at: [https://www.iqsos.ru/IQS\\_salesbook.docx](https://www.iqsos.ru/IQS_salesbook.docx). (In Russ.).
- Rechevye moduli sluzhby taksi.* (2011). Omsk. Available at: <http://tech-modul.ru/>. (In Russ.).
- Rechevye moduli trgovoy seti po prodazhe bytovoy tekhniki.* (2013). Omsk. Available at: <https://rech-modul.ru/>. (In Russ.).
- Rechevye moduli Tsentra telefonnogo obsluzhivaniya grazhdan v predostavlenii gosudarstvennykh i munitsialnykh uslug.* (2011). Available at: <https://rech-modul.ru/>. (In Russ.).
- Rechevye moduli ekspeditorov kompanii po prodazhe kantselyarskikh tovarov «Relief-tsentr».* (2013). Available at: <https://rech-modul.ru/>. (In Russ.).
- Skuratovich, D. *Skripty prodazh: master-klass.* Available at: <http://www.youtube.com/watch?v=7PyZgaPoUD8>.
- Standart obsluzhivaniya seti obuvnykh magazinov.* (2012). Available at: <http://legalacts.ru/doc/rasporjazhenie-oao-rzhd-ot-30122011-n-2873r-ob-utverzhdenii/>. (In Russ.).
- Shevelev, O. *Skripty prodazh. Kak iz 10 zvonkov sdelat' 10 prodazh: master-klass.* Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=7PyZgaPoUD8>. (In Russ.).

## REFERENCES

- Berger, P., Lukman, T. (1995). *Sotsialnoye konstruirovaniye realnosti.* Moskva: Medium. (In Russ.).

- Chernyavskaya, V. E. (2006). *Diskurs vlasti i vlast' diskursa*. Moskva: Flinta: Nauka. (In Russ.).
- Eremeyeva, N. A. (2013). *Razrabotka korporativnykh standartov obsluzhivaniya Kliyentov. Individualno razrabotannyye standarty servisa dlya Vashey Kompanii*. Available at: <http://nerameeva.ru/?p=196>. (In Russ.).
- Ezhova, E. N. (2010). *Media-reklamnaya kartina mira: struktura, semiotika, kanaly translyatsii: dissertatsiya... doktora filologicheskikh nauk*. Voronezh. (In Russ.).
- Fairclough, N. (1996). Technologisation of discourse. In: Caldas-Coulthard, C. R., Coulthard, M. (eds). *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*. New York: Routledge. 71—84.
- Feyrlo, N. (2009). Dialektika diskursa. *Sovremennyy diskurs-analiz: metodologiya: kontseptualnyye osnovaniya, 1/1*. Available at: <http://www.discourseanalysis.org>. (In Russ.).
- Grigor'eva, V. S. (2007). *Diskurs kak element kommunikativnogo protsessa: pragmalingvisticheskiy i kognitivnyy aspekty: monografiya*. Tambov: Tambovskiy gosudarstvennyy tekhnicheskiiy universitet. (In Russ.).
- Issers, O. S. (ed.). (2009). *Sovremennaya rechevaya kommunikatsiya: strategii i zhanry: sbornik nauchnykh statey. 1*. Omsk: Omskiy gosudarstvennyy universitet. (In Russ.).
- Issers, O. S. (ed.). (2011). *Sovremennaya rechevaya kommunikatsiya: novyye diskursivnyye praktiki: monografiya*. Omsk: Omskiy gosudarstvennyy universitet. (In Russ.).
- Ivanov, V. V., Korobova, A. N. (2016). *Metodika razrabotki missii organa ispolnitelnoy vlasti*. Available at: <http://gosbook.ru/node/93566>. (In Russ.).
- Kabushka, N. (2013). Neizbezhnost' ery kachestva. *Territoriya klienta, 4*: 33—35. Available at: <http://www.tkjournal.ru/tehnologii/service-upteka/neizbezhnost-ery-kachestva/>. (In Russ.).
- Kartiny russkogo mira: obrazy yazyka v diskursakh i tekstakh*. (2009). Tomsk: ID SK-S. (In Russ.).
- Kharisov, V. (2011). Na yazyke «espresso». *Territoriya kliyenta, 5*: 19—21. Available at: <http://www.tkjournal.ru/tehnologii/na-yazyke-espresso/>. (In Russ.).
- Klyagin, S. V., Osipova, E. N. (2004). Igra v «klassiki»: metodologiya PR-kommunikatsii i dinamika nauchnykh paradigmat. In: *Aktualnyye problemy teorii kommunikatsii: sbornik nauchnykh trudov*. Sankt-Peterburg: SPbGPU. 20—34. (In Russ.).
- Kolesnikova, O. (2013). Vnedreniye rechevykh module. *Territoriya kliyenta, 4*: 7—11. (In Russ.).
- Konstantinova, V. (2011). Kak vospitat' oriyentatsiyu na klienta v *sotrudnikakh*. *Territoriya klienta, 1*: 33—38. (In Russ.).
- Krasnykh, V. V. (2008). Predislouviye nauchnogo redaktora. In: Fillips, M. V., Yorgensen, L. Dzh. *Diskurs-analiz: teoriya i metod Fillips*. Kharkov: Gumanitarnyy tsentr.
- Kulikova, L. V. (2012). Technologisation of Discourse Practices: Globality Versus Cultural Specificity. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences, 12 (5)*: 1753—1761.
- Kulikova, L. V. (ed.). (2015). *Diskursivnyye praktiki sovremennoy institutsionalnoy kommunikatsii: monografiya*. Krasnoyarsk: Sibirskiy Federalnyy universitet. (In Russ.).
- Kuznetsova, T. (2011). Ey, chego vy khoteli?! *Upravlenie sbytom, 8*. Available at: <http://techmodul.ru/praktikum>. (In Russ.).



- Liberova, T. (2008). Korporativnyye standarty raboty s klientami. *Korporativnaya imidzhelogiya*, 2: 42—46.
- Makarov, M. L. (2003). *Osnovy teorii diskursa*. Moskva: Gnozis. (In Russ.).
- Pereverzev, E. V., Kozhemyakin, E. N. (2013). O knige T. Van Deyka «Diskurs i vlast'. Rerezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii». *Sovremennyy diskurs-analiz*, 8. Available at: <http://www.discourseanalysis.org>. (In Russ.).
- Plotnikova, S. N. (ed.). (2011). *Tekhnologizatsiya diskursa v sovremennom obshchestve: kollektivnaya monografiya*. Irkutsk: IGLU. (In Russ.).
- Sayapina, I. Yu. (2011). *Mediynoye konstruirovaniye sotsialnoy realnosti: teoretiko-metodologicheskiy podkhod: avtoreferat dissertatsii... kandidata sotsiologicheskikh nauk*. Saratov. (In Russ.).
- Serebrennikova, D. (2011). Paradoks rossiyskogo servisa. *Territoriya klyienta*, 4: 32—35. (In Russ.).
- Tret'yakov, K. *Skripty prodazh: 7 shagov k klyentu i yego den'gam: metodicheskoye posobiye dlya menedzherov i konsultantov*. Available at: <http://www.scriprodag.ru>. (In Russ.).