

ДИСКУРС ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ У КУЛЬТУРОЛОГІЧНОМУ АСПЕКТІ

Лисичкіна О. О.

Академія внутрішніх військ МВС України (м. Харків)

У статті окреслено особливості дискурсу ділових переговорів у культурологічному аспекті. Доведено, що знання характерних ознак національно-культурних та етнічних відносин, особливостей національного етикету, його мовленнєвих формул, розуміння специфіки ділового спілкування тієї чи іншої країни, народу допомагають при переговорах, встановленні контактів з іноземними партнерами.

Ключові слова: діловий дискурс, переговори, міжкультурна комунікація, кооперація, антропоцентр.

В статье очерчены особенности дискурса деловых переговоров в культурологическом аспекте. Доказано, что знание характерных признаков национально-культурных и этнических отношений, особенностей национального этикета, его языковых формул, понимания специфики делового общения той или иной страны, народа помогают при переговорах, установлении контактов с иностранными партнерами.

Ключевые слова: деловой дискурс, переговоры, межкультурная коммуникация, кооперация, антропоцентр.

This article highlights the peculiarities of the business negotiations discourse in the cultural aspect. It is proven that national, cultural and ethnic relations, national etiquette with its speech formula, understanding the specificity of business communication in some particular country contribute to the negotiation process, establishing contacts with foreign partners.

Key words: business discourse, negotiations, cross-cultural communication, cooperation, antropocentre.

Сучасна комунікація в діловій сфері тісно пов'язана з міжкультурною комунікацією і відбиває динаміку соціального життя людини. Розвиток бізнесу та глобалізація суспільства зумовлюють актуальність лінгвістичних досліджень ділового дискурсу для з'ясування умов ефективності останнього. У наш час поживлення ділових відносин з різними державами, дослідження переговорів набуває особливої актуальності. Необхідність економічної кооперації, викликана формуванням економічних зон, мультинаціональних концернів, спільних підприємств, може бути віднесена до однієї з об'єктивних причин якісних змін характеру загальнолюдської комунікації. В такому розумінні переговори стають усе більш вагомим складником життя сучасного ділового суспільства.

Мета нашого дослідження полягає в окресленні особливостей дискурсу ділових переговорів у культурологічному аспекті.

Ділові переговори є усним різновидом ділового дискурсу, якому властиві певні комунікативні, прагматичні та дискурсні ознаки, сукупність яких становить специфіку цього формату спілкування. Для визначення формату ділових переговорів як суттєвих ознак, що становлять особливості переговорного процесу, необхідним постає розгляд його основних категорій.

У сучасній лінгвістичній літературі існує низка концепцій та підходів до визначення поняття "дискурс". Дискурс трактують як інтерактивний спосіб мовної взаємодії [12, с. 107], що не належить одному авторові [8, с. 88]. У численних працях наголошують, що усний дискурс як комунікативно-прагматична модель мовленнєвої поведінки має місце в певній соціальній ситуації, якій притаманні насамперед визначені соціальні і комунікативні ролі співрозмовників. Отже, дискурс має відповідати нормам мовної, комунікативної та соціальної ситуації, що відбиває семіотичний процес моделювання та регулювання міжособистісного спілкування.

Доцільно зазначити, що інтерактивність як базова категорія дискурсу передбачає взаємодію адресанта й адресата в контексті діалогічності гуманітарного пізнання [2]. Поряд із співвідношенням дискурсу з його суб'єктом / суб'єктами, важливим постає прагматичний складник дискурсу. Прагматичний аспект допомагає з'ясувати ситуацію спілкування, визначити ступінь зв'язності тексту / дискурсу, його комунікативної адекватності, виявити його імплікації і пресупозиції, можливість інтерпретації, що наближує дискурс до живого мовлення. Мовленнєва поведінка співрозмовників неодмінно ґрунтується на тому, які релевантні операції ("дискурсні стратегії") застосовуються ними в ході взаємодії з партнером у межах договірної процесу.

Дискурсу ділових переговорів властивий діалогічний формат, який поставав предметом окремих лінгвістичних досліджень [2; 12]. Комунікативно орієнтовані дослідження фокусуються на описі компонентів соціокультурної ситуації спілкування, позамовних або контекстуальних чинників, що мають велике значення для продукування й інтерпретації дискурсу [5, с. 66].

Процесуальність усного дискурсу ділових переговорів закладена в їх розгляді як процесу, який протікає у формі діалогу, причому комуніканти інтерпретують висловлення одне одного та спільними зусиллями структурують дискурс [15, с. 39]. Модель дискурсу як комунікативної ситуації становить системну кореляцію виокремлених складників, які опосередковують інформаційний обмін та комунікативні дії, а також відповідно деякі операції, результатом яких є передача інформації від джерела (адресанта) через його текст / повідомлення до реципієнта (адресата) [8, с. 121].

Таким чином, ділові переговори як адресатоцентричний діалогічний формат комунікації у специфічному соціальному контексті є динамічною системою, основу якої становить переговорний процес у сукупності мовних та позамовних чинників [9, с. 10].

У науковій літературі наводяться різні підходи щодо характеристики переговорного процесу. Зокрема проводиться ідея про повсякденний характер переговорів для будь-якої людини [9, с. 12], відзначається поширеність переговорного процесу в суспільстві [7, с. 7]. Так Р. Фішер і У. Юрі розглядають переговори як "факт нашого повсякденного життя" [11, с. 18], як "спілкування з метою досягнення спільного рішення" [там само, с. 49]. Подібна точка зору виражена й У. Мастенбруком, який розглядає переговорний процес не просто як "технологію", застосовувану на формальних переговорах, а як "тип поведінки", використовуваний щодня, як елемент будь-якої зустрічі й дискусії [16, с. 45]. Під переговорами розуміють не процеси, що мають місце між окремими особами або групами, а фундаментальний процес, який справляє істотний вплив на зміну й розвиток суспільного життя [1, с. 68].

Інші дослідники трактують переговори як один із різновидів суперечки для досягнення істини чи пошуку взаємоприйнятної рішення щодо спірного питання, а також як процес дискусії, наведення аргументів і контрпропозицій, які поступово ведуть до компромісу [3, с. 260]. Як логіко-психологічне явище, переговори будуються за законами логіки, мають чітку логічну структуру і здійснюються з метою справити вплив на свідомість та емоції опонента [10, с. 52].

Попри існування загальних спільних характеристик переговорів, які визначають формат цього виду ділового спілкування, можна виокремити низку їхніх підвидів за сферою діяльності, метою та специфічною взаємодією між комунікантами. Цим підвидам властиве певне варіювання комунікативної і мовної реалізації.

Ділові переговори як адресатоцентричний діалогічний формат комунікації у специфічному соціальному контексті є динамічною системою, основу якої становить переговорний процес у сукупності мовних та позамовних чинників [9, с. 10]. Труднощі на переговорах частіше зумовлюються розходженням національних культур. Прийнято розрізняти культури, в яких вимовлені слова сприймаються практично без імплікатур. Це так звані культури з низьким рівнем контексту. До них належать американська і німецька культури. В інших культурах, зокрема перській, французькій, японській, значення контексту дуже велике. Іноді імпліцитне

значення здатне змінювати висловлене на протилежне [6; 13]. Особливого значення в контексті міжкультурних ділових переговорів набувають паузація, темп мовлення, невербальна комунікація, комунікативні стратегії встановлення контакту, висловлення згоди / незгоди, аргументування.

Вважається, що легше вести ділові переговори представникам однієї раси і тим паче однієї національності. Однак науковці [6, 13] дійшли висновку, що чим ближче народи один до одного етнічно, тим більше виникає розходжень у поглядах на ту чи іншу проблему. При цьому слід зазначити, що на переговорах, коли інтереси сторін збігаються, національні розходження не беруться до уваги, доки не виникне конфлікт.

Зауважимо, що знання характерних ознак національно-культурних та етнічних відносин не виключає необхідності обізнаності з основними правилами, етичними нормами і традиціями, які встановилися як загальнокультурні в ділових стосунках і ґрунтуються на положеннях дипломатичного протоколу.

Дотримання риторичних канонів ділової комунікації, які ґрунтуються на лаконічності, регламентованості, аргументуванні, у Великобританії перебуває під впливом соціокомунікативних та прагматичних чинників, які керують мовленнєвим спілкуванням. Так, принцип кооперації [4, с. 219], сутність якого втілюють постулати міжособистісної комунікації [4, с. 219; 14, с. 76], відображається в контексті англійських ділових переговорів, яким притаманна специфічна рольова структура діяльності, що зумовлює окреслення кола питань, пріоритетних для визначеної соціальної групи як комунікативного цілого, а також ієрархічності відносин в її межах. Характерною особливістю взаємодії антропоцентрів на тлі загального принципу кооперації є згода опонента з пропонентом і розвиток ними ситуації: наведення прикладів, аргументів на користь спільної позиції. Наприклад:

A1 – *There seems to be at least two ways of dealing with the problem. One solution is obviously to move everything to Paris, as suggested, but, as we've heard, this will cause personal disruption and be expensive. But another possibility would be to separate some of the HQ functions and locate them in different places. For example, the Technical department and the Distribution department could easily be based in Strasbourg, with sales, marketing and administration in Paris. The personnel functions could also be divided between the two places.*

A2 – *Good. There seems to be a consensus on this point. What we should do now is work out how many people would be involved in a move to Paris, and who would stay in Strasbourg (14, 79).*

У цьому прикладі взаємодії антропоцентрів реалізується принцип кооперації. Пропонент аргументовано викладає власну позицію із зазначенням усіх можливих варіантів розвитку подій (... two ways of dealing with the problem ...) та їхнім аналізом, наводить окремі приклади (for example, ...). Опонент погоджується з пропонентом (*Good. There seems to be a consensus ...*) та одразу ж пропонує подальший розвиток ситуації (*What we should do now is work out ...*). Координація зусиль комунікантів, спрямована на позитивне розв'язання комунікативних завдань, простежується в різноманітних процесах обміну думками для розв'язання проблеми в контексті переговорного процесу.

Таким чином, у діловому спілкуванні велике значення отримує діловий етикет, який передбачає використання норм поведінки та спілкування. У спілкуванні передусім беруть до уваги особливості мовленнєвого етикету, який будується з урахуванням особливостей партнерів, які вступають у ділові стосунки, їхнього соціального статусу, місця в службовій ієрархії, професії, національності, віку, статі, характеру. Мовленнєвий етикет має національну специфіку. Кожний народ створив свою власну систему мовленнєвої поведінки. Знання особливостей національного етикету, його мовленнєвих формул, розуміння специфіки ділового спілкування тієї чи іншої країни, народу допомагають у переговорах, встановленні контактів з іноземними партнерами.

Отже, ділові переговори як інтерактивний функціонально-прагматичний формат комунікації репрезентують процес обговорення комунікантами певного питання бізнесового або виробничого характеру з метою досягнення згоди шляхом послідовного аргументованого викладення

власних позицій. Основними форматними ознаками ділових переговорів є логічність їхньої організації, офіційний характер функціонально-прагматичної взаємодії комунікантів відповідно до соціальної ситуації цього виду спілкування, орієнтація на досягнення згоди через переконання та аргументування. Оскільки ефективність ділових переговорів зумовлюється серед іншого врахуванням національного мовленнєвого етикету, подальше дослідження культурологічного аспекту ділових переговорів є перспективним.

Література

1. Анисимова Т. В. Современная деловая риторика: [учебное пособие] / Анисимова Т. В., Гимпельсон Е. Г. – М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО "МОДЭК", 2002. – 432 с.
2. Бахтин М. М. Проблемы текста / М. М. Бахтин // Вопросы литературы. – М., 1976. – № 10. – С. 110-151.
3. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации: Принципы и правила в эпоху информации / Р. Бландел. – СПб.: Питер, 2000. – 318 с.
4. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1985. – С. 217-237.
5. Гурьева З. И. Речевая коммуникация в сфере бизнеса: к созданию интегративной теории (на материале текстов на русском и английском языках): дисс. ... доктора филол. наук: 10.02.19 / Гурьева Зинаида Ивановна. – Краснодар, 2003. – 446 с.
6. Комлева Е. В. Коммуникативно-прагматическая и социокультурная характеристика делового дискурса (на материале немецкого языка) / Е. В. Комлева // Перспективные направления современной лингвистики. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2003. – С. 436-440.
7. Лебедева М. М. Вам предстоит переговоры / М. М. Лебедева. – М.: Экономика, 1993. – 156 с.
8. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М.: "Гнозис", 2003. – 280 с.
9. Стрёмовская А. Л. Переговорный процесс как фактор социального взаимодействия (философско-методологический анализ): дисс. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / Стрёмовская Алла Леонидовна. – М., 2003. – 226 с.
10. Сухарева Н. А. Спор как разновидность решения конфликтов в межкультурном бизнесе / Н. А. Сухарева // Иностранные языки и межкультурный менеджмент: сб. науч. статей. – М., 2004. – С. 51-56.
11. Фишер Р. Путь к согласию, или Переговоры без поражения / Р. Фишер, У. Юри [пер. с англ. А. Гореловой]. – М.: Наука, 1992. – 158 с.
12. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. – М.: Издательство "ИКАР", 2007. – 480 с.
13. Шевлякова И. Л. Национальные особенности переговоров / И. Л. Шевлякова // Деловые переговоры. – М.: Знание, 2000. – 178 с.
14. Grice H. P. Studies in the Way of Words / H. P. Grice. – Cambridge (Mass), L.: Harvard University Press, 1989. – 394 p.
15. Günther C. The Processing of Information Structure / C. Günther, C. Maienborn, A. Schopp // Focus: Linguistic, Cognitive and Computational Perspectives. / [ed. by P. Bosch and R. van der Sandt]. – Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – P. 18-42.
16. The Discourse of Negotiations. Studies of Language in the Workplace: [ed. by Alan Firth]. – Denmark: Pergamon, Aalborg University, 2005. – 434 p.

Джерела ілюстративного матеріалу

17. Evans D. Powerhouse. An Intermediate Business English Course / Evans D. – L.: Longman, 1998. – 346 p.