

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ЗАВИСИМОСТИ СТЕПЕНИ УСПЕШНОСТИ ДЕЛОВОГО ДИАЛОГА ОТ РАНГА ОТНОШЕНИЙ КОММУНИКАНТОВ

Шкворченко Н.Н.
ОНУ імені І.І.Мечникова

Статья посвящена изучению проблемы делового диалогического общения в ситуациях, когда коммуниканты находятся на разных ступенях иерархической лестницы. Эта тема чрезвычайно важна в наше время, когда деловые отношения перестали быть исключительно мужской сферой деятельности, и случаи, когда женщина является сотрудником или даже стоит во главе отдела, фирмы, компании или корпорации перестали быть исключительными. Нами были рассмотрены варианты делового диалогического общения в следующих ситуациях: женщина-начальник – мужчина-подчиненный, мужчина-начальник – женщина-подчиненный, а также мужчина и женщина – равноправные партнеры.

Целью данной статьи было провести классификацию диалогических единств, а также выявить зависимость степени успешности коммуникации в исследуемых диалогических единствах от ранга взаимоотношений партнеров деловой коммуникации.

В статье были поставлены **задачи** классифицировать 150 диалогических единств по схемам «женщина-начальник – мужчина-подчиненный» (Ж-Н – М-П), «мужчина-начальник – женщина-подчиненный» (М-Н – Ж-П), а также «мужчина и женщина – равноправные партнеры» (М=Ж).

Актуальность затронутой проблемы заключается в увеличении числа смешанных коллективов, а также коллективов, во главе которых стоят женщины. Таким образом, достижение взаимопонимания в различных ситуациях делового общения является первостепенной задачей в современном деловом мире.

Подбор материала проводился с таким учетом, чтобы во всех исследуемых диалогах деловое общение происходило между мужчинами и женщинами. Включение в сферу исследования высказываний с различной структурой, но несущих одну и ту же коннотацию, ставит своей целью выяснить, в каких случаях интонационные признаки являются сопутствующими лексико-грамматическим средствам, а в каких – компенсирующими их.

Экспериментальный корпус включает в себя 50 диалогических единств (ДЕ) по схеме «женщина-начальник – мужчина-подчиненный», 50 ДЕ по схеме «мужчина-начальник – женщина-подчиненная», 50 ДЕ по схеме «мужчина и женщина – равноправные партнеры», озвученных 18 дикторами-мужчинами и 22 дикторами-женщинами, общее звучание – 90 минут. Подбор фактического материала исследования проводился на основе письменных и устных текстов английской диалогической речи в заданной ситуации делового общения. Материалом для экспериментально-фонетического исследования послужили

только озвученные диалоги из оригинальных бизнес курсов, разработанных в стране изучаемого языка.

Экспериментатором был проведен перцептивный анализ экспериментального материала исследования. К проведению аудиторского анализа на перцептивном уровне были привлечены также 7 информантов – преподавателей кафедры теоретической и прикладной фонетики английского языка Одесского Национального университета имени И.И. Мечникова. Экспериментатором был проведен статистический подсчет полученных результатов, что в процентном соотношении представлено в Таблице 1.

Деловое общение занимает значительное место в жизни большинства людей, так как постоянно приходится обсуждать вопросы, связанные с организацией производства, с жизнью трудового коллектива, выполнением должностных и служебных обязанностей, заключением различного рода сделок, договоров, принятием решений, оформлением документов и т. п. Деловое общение играет важную роль в различных видах профессиональной деятельности, определяет их успех. Особую значимость оно приобретает для людей, занятых в управлении. Как показало исследование, проведенное в области менеджмента, на общение расходуется 80% рабочего времени руководителей всех уровней. [Введенская]

Любопытно в этом отношении высказывание Дж. Рокфеллера: «Умение общаться с людьми – такой же покупаемый за деньги товар, как сахар и кофе. И я готов платить за это умение больше, чем за какой-либо другой товар в этом мире» [Введенская]

В научной и методической литературе нет строгого определения понятия «деловое общение». Наиболее приемлемым можно назвать следующее. Деловое общение – это межличностное общение с целью организации и оптимизации того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, коммерческой, управленческой и т.д. [Введенская]

Существование смешанных коллективов является нормой сегодняшней ситуации на рынке труда. Многие отечественные и зарубежные ученые-социологи и психологи неоднократно обращались к проблеме гендерного взаимодействия в деловом коллективе. Среди них следует отметить труды таких ученых как Алисон Э., Грэй Дж., Лавриненко Н.В., Лукьянова Н.А. и др. Но данная проблема может быть рассмотрена не только с психо-лингвистической, социальной и с фонетической точек зрения. Также представляется интересным установление зависимости степени успешности делового общения от ранга и гендера коммуникантов.

Нами была предпринята попытка классифицировать все исследуемые диалоги по трем основным аспектам: ранг отношений коммуникантов, интенция (цель высказывания) коммуникантов, степень успешности коммуникации.

Характер деловой беседы, особенности ее протекания, тематика обсуждаемых вопросов определяются профессиональными и деловыми интересами ее участников, а также типом отношений между собеседниками (субординационные «по вертикали» - «сверху-вниз», «снизу-вверх» и партнерские «по горизонтали»). Классифицируя диалоги по рангу отношения коммуникантов,

мы принимали во внимание не только их положение на иерархической лестнице, но и гендерную принадлежность.

Гендерные стереотипы – часть господствующего социального сознания, особенно заметно это становится в деловой сфере. Психологи начали изучать гендерные различия еще в конце XIX века, но вплоть до 1970-х они по большей части занимались тем, что демонстрировали различия полов и обосновывали этим разное отношение к мужчинам и женщинам.

В своем знаменитом обзоре Маккоби и Джеклин выделили только четыре психологических отличия между полами: способности к ориентированию в пространстве (пространственные способности у мужчин преимущественно сосредоточиваются в правом полушарии, в то время как у женщин пространственные особенности определяются обоими полушариями мозга и не имеют четко выраженного центра), математические способности, речевые навыки и агрессивность. Обычно ссылаются именно на эти четыре отличия, упоминая лишь вскользь, а, иногда вообще не упоминая о том, что у мужчин и женщин гораздо больше сходств. Необходимо все же помнить, что, даже если такие отличия и обнаруживаются, они относительно невелики, обычно не больше 10%, а в большинстве случаев распределения мужской и женской выборки совпадают на 90%.

Появление женщины в сфере бизнеса привело к нарушению стереотипов. Насколько важным является гендерное различие в деловом диалогическом общении, и влияет ли оно на успешный исход коммуникации, мы и попытались выяснить в данной статье.

Рассматривая общение как специфическую форму деятельности и как самостоятельный процесс взаимодействия с целью реализации других видов деятельности, выделяют основные функции общения:

- 1) информационно-коммуникативную (прием и передача информации)
- 2) регулятивно-коммуникативную (взаимная корректировка действий в процессе совместной деятельности)
- 3) эффективно-коммуникативную (передача эмоционального отношения).

Одним из основных компонентов речевой деятельности, который находится в сфере внимания практически всех современных направлений лингвистики, является интенция говорящего. Активно ведется работа над определением средств и способов выражения интенции говорящего [Матвеев, Павлова, Трипольская]. Однако не выработаны четкие критерии для отграничения понятия интенции говорящего от понятий коммуникативной цели, коммуникативной задачи, мотива говорящего. Нет четкого представления о месте, роли и принципах функционирования интенции в высказывании. В данной статье делается попытка приблизиться к решению некоторых из указанных проблем, а именно: как успешность реализации интенции говорящего зависит от ранга отношения коммуникантов в деловом диалогическом общении.

В своей классификации мы разделили исследуемые диалогические единства по интенции коммуникантов на пять основных: привлечение внимания

собеседника, сообщение информации собеседнику, запрос либо получение информации от собеседника, просьба либо приказ выполнить что-либо, убеждение либо переубеждение собеседника.

Исходя из перечисленных выше характеристик, нами был проведен анализ зависимости социального ранга, гендера, а также интенции говорящих от степени успешности делового диалогического общения.

Нами были сделаны следующие выводы, которые приведены ниже в таблице 1.

Таблица 1

		По интенции (цели высказывания) коммуникантов				
По рангу отношений	По степени успешности	Привлечение внимания	Сообщение информации	Запрос/Получение информации	Просьба/Приказ	Убеждение/Переубеждение
женщина-начальник – мужчина-подчиненный	успешный	85%	80%	75%	80%	85%
	неуспешный	15%	20%	25%	20%	15%
мужчина-начальник – женщина-подчиненный	успешный	70%	90%	80%	85%	60%
	неуспешный	30%	10%	20%	15%	40%
мужчина и женщина – Равноправные партнеры	успешный	70%	80%	60%	60%	50%
	неуспешный	30%	20%	40%	40%	50%

Во-первых, в диалогах по вертикали, то есть когда коммуниканты находятся на разных ступенях иерархической лестницы, в среднем наблюдается больший процент успешных диалогов (79%) по сравнению с теми, в которых коммуниканты равны по социальному рангу (64%).

Во-вторых, в зависимости от гендерной принадлежности руководителя степень успешности коммуникации достигает 81% по схеме «ЖН – МП», и 77% по схеме «МН – ЖП».

В-третьих, следует отметить зависимость успешности коммуникации от интенции говорящего. Так, по схеме «ЖН – МП» наибольший процент успешности наблюдается при привлечении внимания (85%) и при убеждении либо переубеждении (85%). В то же время, по схеме «МН – ЖП» наибольший процент успешности наблюдается при сообщении информации (90%), а также при просьбе либо приказе (85%). В ситуации по схеме «Ж=М» наибольший процент

успешности наблюдается при сообщении информации (80%), а наименьший при попытках убедить либо переубедить (50%).

Таким образом, можно подытожить, что наиболее успешными являются: 1) деловые диалоги по схеме «М-Н – Ж-П» с интенцией говорящего сообщить собеседнику информацию (90% успешности), а также с интенцией дать указание собеседнику в форме просьбы или приказа (85% успешности); 2) деловые диалоги по схеме «ЖН – МП» с интенцией говорящего привлечь внимание (85% успешности) и с интенцией убедить либо переубедить собеседника (85% успешности); 3) деловые диалоги по схеме «Ж=М» с интенцией говорящего сообщить информацию (80% успешности).

Наименее успешными среди исследуемых диалогов можно назвать: 1) деловые диалоги по схеме «М-Н – Ж-П» с интенцией говорящего убедить либо переубедить собеседника (60% успешности); 2) деловые диалоги по схеме «ЖН – МП» с интенцией говорящего запросить либо получить информацию (75% успешности); 3) деловые диалоги по схеме «Ж=М» с интенцией говорящего убедить либо переубедить собеседника (50%).

В перспективе планируется продолжить исследование проблемы на фонетическом уровне, проведение компьютерного анализа диалогических единств с использованием новейших компьютерных технологий.

Литература

1. Введенская Л. А., Павлова Л. А. – М., 2004. – 512с.
2. Душкина М. Р. Психология влияния: деловое общение. – Санкт-Петербург: Питер, 2004. – 224с.
3. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 333 с.
4. Лавриненко Н.В. Женщина: самореализация в семье и обществе (Гендерный аспект). – К.: ВИПОЛ, 1999. – 203с.
5. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. – М.: Смысл, 1999. – 288с.
6. Матвеева Т.В. Лексическая экспрессивность в языке. – Свердловск, 1986. – 206с.
7. Олінчук В.В. Синтаксичне аранжування монологу як засіб експресії жіночих дискурсивних практик (на матеріалі англійської мови).// Теоретичні і прикладні проблеми психології: Збірник наукових праць №1(6). – Луганськ: СНУ імені В.Даля, 2004. – С.115 – 121
8. Основы теории гендеру: Навчальний посібник. – К.: «К.І.С.», 2004. – 536с.
9. Павлова Н.Д. Интент-анализ политических диалогов.// Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации «Языковое сознание и образ мира». – М., 1997. – с. 117
10. Скалкин В.Л. Обучение диалогической речи. – Киев: Радянська Школа, 1989. – 158с.

11. Трипольская Т.А. Языковая интерпретация чужой оценки.// Говорящий и слушающий: языковая личность, текст, проблемы обучения. – СПб, 2001. – 196с.
12. Шкворченко Н.Н. Гендерная специфика речевого воздействия в деловом общении. // IV Міжнародна науково-практична конференція: Збірник наукових праць. – Одеса: Астропринт, 2005. – С. 62 – 71.
13. Шкворченко Н.М. Гендерні функції мови у процесі соціалізації індивіда (на матеріалі англomовного ділового дискурсу).// Збірник праць та доповідей XVII Міжнародної наукової конференції професора Сергія Бураго: Київ: Наука, 2007. – С.64-67.

Summary

This article is dedicated to the problems of business communication in the situation when communicants stand on different steps of the hierarchical ladder. These problems are extremely actual nowadays when business relations have stopped to be the men's prerogative. Dialogic business communication is analysed in this article both from phonetic and gender points of view. The level of successful communication has been analysed in the following situations: female-boss – male-subordinate, male-boss – female-subordinate and male and female – equal partners. Knowing and realising peculiarities of oral business communication between men and women result in mutual understanding between collaborators, and so, make their business activities much easier and more fruitful.

УДК 81'367.625-115=161.2=112.2

ЗІСТАВНИЙ АНАЛІЗ РЕЦИПРОКАЛЬНИХ ДІЄСЛІВ ТА ЇХ КОНСТРУКЦІЙ У НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Юшкова С.О.

Горлівський автомобільно-дорожній інститут

1. Вступні зауваження.

Дієслова з реципрокальним значенням, як правило, досліджувалися в багатьох мовах на тлі рефлексивних дієслів (РД): в українській (К.Г. Городенська, М.В. Кравченко, Р.П. Михайлик), у російській (Н.О. Янко-Триницька, Ю.П. Князев), білоруській (М.Т. Ковальова, Л.О. Антонюк, О.Е. Міхневич), німецькій (G. Stötzel, G. Helbig, J. Buscha) та в ін. Пор.: нім. *sich prügeln* 'битися', *sich zanken* 'сваритися'; укр. *битися*, *гризтися*.

Слід додати, що в німецькій та українській мовах реципрокальність може бути виражена також нерексивними дієсловами (НРД), пор.: нім. *reden*