

тальную, но в иных терминах, обоснование которых применительно к ее конститутивным чертам представляется весьма перспективной, более того – одной из насущных – задач «беловедения».

ЛИТЕРАТУРА

1. Бердяев Н. А. Русский духовный ренессанс начала XX ст. и журнал «Путь» / Н. А. Бердяев // *Философия творчества, культуры и искусства*. – В 2-х т. – Т.1. – М.: Искусство, 1994. – С.301-334.
2. Гажева И. Д. Языковые механизмы острашения в прозе Андрея Белого / И. Д. Гажева // *Jezyk. Czlowski. Dyskurs*. – Szczecin, 2007. – S.399-404.
3. Гажева И.Д. Принципы орнаментализма в «Северной симфонии» Андрея Белого / И. Д. Гажева // *Speech and Context is founded at Alecu Russo State University of Republic of Moldova*. – 2011. – № 2. – S. 152-163. Режим доступа к источнику: http://www.usb.md/limbaj_context/12011.html
4. Гажева И. Д. Динамические метафорические модели в художественном дискурсе младосимволистов (на материале «Симфоний» Андрея Белого) / И. Д. Гажева // *Revista «Limbaj si context» este fundata in cadrul Universitatii de Stat «Alecu Russo» din Balti, Republica Moldova (Речь и контекст)*. – 2009. – №1. – С.91-101. Режим доступа к источнику: <http://libruniv.usb.md/publicatie/limbaj.files/limbaj1-2009.pdf>
5. Григорьева Е. Федор Сологуб в мифе Андрея Белого / Е. Григорьева // *Блоковский сборник XV*. – Тарту: Изд-во Тартус. гос. ун-та, 2000. – С. 108-149.
6. Замятин Е. И. Андрей Белый / Е. И. Замятин // *Мы: Роман, повести, рассказы, пьесы, статьи и воспоминания* / Е. И. Замятин; [сост. Е. Б. Скороспелова]. – Кишинев: Лит. артистикэ, 1989. – С. 609-613.
7. Кожевникова Н.А. Язык Андрея Белого / Н. А. Кожевникова. – М.: Институт русского языка РАН, 1992. – 256 с.
8. Лавров А.В. У истоков творчества Андрея Белого / А. В. Лавров // *Белый А. Симфонии*. –

- М.: Худож. лит-ра, Ленинград. Отделение, 1991. – С. 5-34.
9. Лосев А. Ф. Термин «Магия» в понимании П. А. Флоренского // *А. Ф. Лосев / Флоренский П. А., священник. Сочинения*. В 4 т. – Т. 3 (1). – М.: Мысль, 2000.
 10. Лотман Ю. М. О мифологическом коде сюжетных текстов / Ю. М. Лотман // *Сборник статей по вторичным моделирующим системам*. – Тарту: Изд-во Тартус. ун-та, 1973. – С. 86-90.
 11. Мандельштам О. О природе слова / О. Мандельштам // *Собр.соч.:* в 4-х т. – Т.2. – М.: Терра, 1991. – С. 241-259.
 12. Набоков о Набокове и прочем / В. Набоков. – М.: Республика, 2002.
 13. Новиков Л. А. Стилистика орнаментальной прозы Андрея Белого / Л. А. Новиков. – М.: Наука, 1990. – 182 с.
 14. Руднев В. Принципы новой прозы / В. Руднев // *Словарь культуры XX в.* – Москва 1999. – С. 239-240.
 15. Руднев В. Поэтика деперсонализации / В. Руднев // *Логос*. – № 11-12. – С. 55-63.
 16. Силард Л. От «Бесов» к «Петербургу»: между полюсами юродства и шутовства / Л. Силард // *Studies in 20 century Russian prose*. Stockholm, 1982.
 17. Успенский Б. Раскол и культурный конфликт XVII века / Б. А. Успенский // *Избранные труды*. Т.1. Семиотика истории. Семиотика культуры. – М.: Языки русской культуры, 1996. – С. 477-519.
 18. Шкловский В. О теории прозы / В. Шкловский. – Л., 1925.
 19. Шмид В. Нарратология / В. Шмид. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – 312 с. – (Серия «Studia philologica»).
 20. Якобсон Р. О. Заметки о прозе поэта Пастернака / Р. О. Якобсон // *Работы по поэтике: Переводы* / Р. О. Якобсон; [сост. и общ. ред. М. Л. Гаспарова]. – М.: Наука, 1987. – С. 324-338. – (Серия «Языковеды мира»).

УДК 81'42

О.А. Лисичкина

ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДИСКУРСА ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Лисичкіна О.О.

ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДИСКУРСУ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ

Стаття присвячена розгляду функціонально-прагматичних характеристик дискурсу ділових переговорів. У роботі визначено основні категорії переговорного процесу, виявлено функції і складові ділового дискурсу, антропоцентричну зумовленість переговорів як інтерактивного формату ділового спілкування.

Ключові слова: антропоцентричність, дискурс, переговорний процес, комунікант, адресант, адресат

Лисичкина О.А.

ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДИСКУРСА ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Статья посвящена рассмотрению функционально-прагматических характеристик деловых переговоров. В работе определены основные категории переговорного процесса, выявлены функции и составляющие делового дискурса, антропоцентрическая обусловленность переговоров как интерактивного формата делового общения.

Ключевые слова: антропоцентричность, дискурс, переговорный процесс, коммуникант, адресант, адресат

Lysychkina Olga

FUNCTIONAL AND PRAGMATIC CHARACTERISTICS OF BUSINESS NEGOTIATIONS DISCOURSE

This article highlights the functional and pragmatic characteristics of business negotiations. The main categories of the negotiation process have been determined, the business discourse functions and components have been identified along with the anthropocentric dependency of the negotiations as an interactive format of business communication.

Key words: anthropocentricity, discourse, negotiating process, communicant, addresser, addressee

Присущее современной жизни общества стремительное развитие деловых контактов обуславливает интерес исследователей к установлению механизма продуцирования коммуникативно эффективного дискурса делового общения, разновидностью которого являются деловые переговоры. Актуальным становится комплексное выявление дискурсивных характеристик деловой коммуникации и её отдельных форматов.

Цель данного исследования – определить функционально-прагматические характеристики дискурса деловых переговоров.

Деловым переговорам свойственны определенные коммуникативные, прагматические и дискурсивные признаки, совокупность которых составляет специфику этого формата общения. Для определения формата деловых переговоров как существенных признаков, составляющих особенности переговорного процесса, необходимым является рассмотрение его основных категорий.

В современной лингвистической литературе существует ряд подходов и концепций к определению понятия “дискурс” [10, с. 16; 13, с. 85; 18, с. 11]. Дискурс трактуют как интерактивный способ речевого взаимодействия [19, с. 24], не принадлежащий одному автору [13, с. 88; 21, с. 46]. В многочисленных трудах отмечают, что устный дискурс как коммуникативно-прагматическая модель речевого поведения имеет место в той или иной социальной ситуации [3, с. 11; 12, с. 32; 19, с. 16], которой присущи, прежде всего, определенные социальные [11, с. 5] и коммуникативные роли собеседников [6, с. 87]. Следовательно, дискурс должен соответствовать нормам речевой, коммуникативной и социальной ситуации [6, с. 89; 10, с. 304], которая отражает семиотический процесс моделирования и регулирования межличностного общения.

Целесообразно отметить, что интерактив-

ность как базовая категория дискурса [10, с. 109; 19, с. 244] предполагает взаимодействие адресанта и адресата в контексте диалогичности гуманитарного познания [4]. Наряду с соотношением дискурса с его субъектом / субъектами, важной является прагматическая составляющая дискурса. Прагматический аспект помогает определить ситуацию общения, степень связности текста / дискурса, его коммуникативной адекватности, выявить его импликации и пресуппозиции, возможность интерпретации. Речевое поведение собеседников непременно основывается на том, какие релевантные операции (“дискурсивные стратегии” [9, с. 30]) применяются ими в ходе взаимодействия с партнером [13, с. 193] в рамках договорного процесса. Дискурсу деловых переговоров присущ диалогический формат. Коммуникативно ориентированные исследования фокусируются на описании компонентов социокультурной ситуации общения, внеязыковых или контекстуальных факторов, имеющих большое значение для продуцирования и интерпретации дискурса [8, с. 66].

Процессуальность устного дискурса деловых переговоров заложена в их рассмотрении как процесса, протекающего в форме диалога, причем коммуниканты интерпретируют высказывания друг друга и совместными усилиями структурируют дискурс [21, с. 39]. Модель дискурса как коммуникативной ситуации представляет собой системную корреляцию выделенных составляющих, которые опосредуют информационный обмен и коммуникативные действия, а также соответственно некоторые операции, результатом которых является передача информации от источника (адресанта) через его текст / сообщение к реципиенту (получателю) [15, с. 121].

Таким образом, деловые переговоры как адресатоцентрический диалогический формат коммуникации в специфическом социальном контек-

сте являются динамической системой, основу которой составляет переговорный процесс в совокупности языковых и внеязыковых факторов.

В научной литературе существуют различные подходы касательно характеристики переговорного процесса. В частности приводится идея о повседневном характере переговоров для любого человека, отмечается распространенность переговорного процесса в обществе [16, с. 12]. Так Р. Фишер и У. Юри рассматривают переговоры как “факт нашей повседневной жизни” [17, с. 18], как “общение с целью достижения совместного решения”. Подобная точка зрения выражена и У. Мاستенбруком, который рассматривает переговорный процесс не просто как “технологию”, применяемую на формальных переговорах, а как “тип поведения”, используемый ежедневно; как элемент любой встречи и дискуссии [22, с. 45]. Под переговорами понимают не процессы, протекающие между отдельными лицами или группами, а фундаментальный процесс, оказывающий существенное влияние на изменение и развитие общественной жизни [2, с. 68].

Переговоры трактуются как одна из разновидностей спора для достижения истины или поиска взаимоприемлемого решения по спорному вопросу [3, с. 44], а также как процесс дискуссии, приведение аргументов и контрпредложений, постепенно ведущих к компромиссу [5, с. 260]. Как логико-психологическое явление переговоры строятся по законам логики, имеют четкую логическую структуру и осуществляются с целью оказания влияния на сознание и эмоции оппонента.

По нашему мнению, нельзя согласиться с трактовкой переговорного процесса как снятия информационной неопределенности путем выяснения позиций коммуникантов, поскольку и снятие информационной неопределенности, и выяснение позиций коммуникантов являются лишь возможными составляющими элементами переговоров.

Наряду с указанным психолого-альтруистическим в современной литературе выделяется технологический подход в исследовании деловых переговоров, в фокусе которого лежит так называемый технологизм формата коммуникации для максимально оперативного и конструктивного решения проблемы [1, с. 160]. В деловом переговорном процессе коммуниканты обычно достигают согласия по обсуждаемой проблеме.

Несмотря на общие форматные признаки, деловые переговоры характеризуются определенной вариативностью. Существуют различные подходы к классификации и типологизации переговоров. В зависимости от сферы деятельности [2, с. 56], в которой ведутся переговоры, они могут быть экономическими, производственно-техническими, торговыми, административными и т.п. По ре-

гистру общения различают официальные и неофициальные переговоры. В частности официальные классифицируют на организационные, дисциплинарные, проблемные, творческие. Переговоры различают по цели, которую ставят перед собой их участники. На этом основании можно выделить такие виды переговоров [22, с. 104]: о подписании соглашения, договора; о продлении действующих договоренностей; о координации совместных действий; об изменениях в договоре, перераспределении взаимных обязательств; о выполнении соглашений; о нормализации отношений, снятии конфликтных моментов; для привлечения внимания общественности к обсуждаемым вопросам и т.п.

Переговоры классифицируют также по характеру взаимоотношений между сторонами [16, с. 16]. Согласно этому признаку выделяются три вида переговоров с условными названиями: партнерские (участники переговоров – партнеры, работающие в условиях сотрудничества), конкурентные (участники переговоров – конкуренты, соперники, борющиеся за получение большей выгоды, преимущества), конфронтационные (участники переговоров находятся в конфликтных отношениях).

Таким образом, несмотря на существование общих характеристик переговоров, определяющих формат этого вида делового общения, можно выделить ряд их подвидов по сфере деятельности, цели и специфики взаимодействия между коммуникантами.

Известный специалист в сфере переговорного процесса Г. Райффа отмечает существование в переговорах “искусства” и “науки”. Говоря о “науке”, исследователь подразумевает системный подход к решению проблем. Составляющими “искусства” переговорного процесса выступают навыки межличностного общения, умение убеждать и убеждаться, т.е. умение использовать переговорные техники [20, с. 7-8].

Деловые переговоры могут выполнять несколько как положительных, так и отрицательных функций, в свою очередь обусловленных задачами, поставленными коммуникантами в начале переговорного процесса. К положительным функциям исследователи среди прочих относят: 1) актуализацию внимания, 2) концентрацию внимания на нерешенности проблемы, 3) поиск совместного решения проблемы, 4) подчеркивание противоположности позиций, 5) выражение интереса к проблеме. Отрицательными (деструктивными) функциями считаются: 1) маскировочная, 2) отвлекающая, 3) функция, направленная на то, чтобы заинтересовать самим фактом переговоров третье более выгодное лицо [2, с. 128]. Как функционально-прагматический интерактивный формат общения в определенном социальном контексте деловые переговоры характеризуются разноплановос-

тью, зависящей от базовых социо-коммуникативных и прагматических факторов.

В предлагаемой обобщенной модели деловых переговоров ядром являются личностно-социальные отношения сторон переговорного процесса, обусловленные сферой деятельности коммуникантов с учетом формата общения. Пересечение весомых факторов коммуникативного социума направлено на реализацию конкретных задач, актуальных для коммуникантов – участников переговорного процесса.

Таким образом, деловые переговоры как интерактивный функционально-прагматический формат коммуникации – это процесс обсуждения коммуникантами определенного вопроса делового или производственного характера в целях достижения согласия путем последовательного аргументированного изложения собственных позиций. Основными форматными признаками деловых переговоров являются логичность их организации, официальный характер функционально-прагматической взаимодействия коммуникантов согласно социальной ситуации этого вида общения, ориентация на достижение согласия через убеждение и аргументацию.

Антропоцентричность как одно из важнейших фундаментальных свойств речи [13, с. 176] центральное место в коммуникации отводит носителю языка с его мыслями, знаниями и суждениями, отношениями между людьми, отношением к информации в сообщении, ситуации общения и т.п. Пронизывая все сферы жизни, антропоцентризм отражает процесс осознания человеком своего статуса в природе и социуме [15, с. 106]. Текстово-дискурсивная категория антропоцентризма предполагает, что гносеологическим и коммуникативным центром дискурса и текста является человек, его индивидуальное сознание [15, с. 228]. Характер взаимодействия двух антропоцентров – коммуникантов (адресанта (пропонента) и адресата (оппонента)) задает модель интерпретации текста / дискурса и служит семантической базой рецепции, поскольку выбор характера сообщения, средств изложения, конкретных языковых средств детерминируется не только предметом сообщения, но и в значительной мере особенностями участников коммуникации [7, с. 15].

Изучение коммуникативных ролей адресанта и адресата на основе различных типов речевых актов, дискурсов является весьма продуктивным. Социальная и позиционная роли коммуникантов являются факторами коммуникативного статуса, который выделяется как коммуникативные права и обязанности участников речевой взаимодействия и реализации. Социальный статус проявляется прежде всего в характеристиках участников общения, однако находит выражение во всех компонентах коммуникативной ситуации [12, с. 115].

Деловые переговоры являются межличностным общением, следовательно, важным фактором становятся отношения между коммуникантами и их речевое поведение [11, с. 9], что указывает на антропоцентрическую обусловленность этого дискурса.

К категории антропоцентричности дискурса по аналогии с текстовыми категориями можно отнести адресантность и адресованность [7, с. 48], которые находятся в сложных взаимоотношениях и имеют различные средства репрезентации. Адресанту (пропоненту) свойственно лингвopsихологическое порождение дискурса, исходя из замысла и интенции, адресату (оппоненту) – понимание и интерпретация. Оппонент, как и пропонент, выступает участником дискурса, языковой личностью, детерминированной совокупностью ментальных, психических, эмоционально-оценочных, прагматических и других признаков. При этом между коммуникантом и способом коммуникации наблюдается взаимосвязь: дискурсивные возможности личности прогнозируют способ организации, порождение дискурса, что, в свою очередь предполагает реализацию определенных признаков коммуникантов, от которых наравне с вербальным сообщением зависит эффективность общения [15, с. 138]. Коммуникативная компетенция в сфере деловой коммуникации является интегральным понятием, включающим среди прочих такие характеристики коммуникантов: осведомленность относительно делового этикета как составной риторического общения, знание статусно-ролевой характеристики партнера по общению.

Переговорам как разновидности деловой сферы межличностной коммуникации присуще особое антропоцентрическое измерение, в частности, так называемые вертикальные и горизонтальные связи и взаимодействия [22, с. 76]. Деловым лицам характерно соотношение ступеней в иерархической лестнице. В связи с этим целесообразно выделить различные типы отношений, которые складываются в процессе делового общения, а именно – субординационные и партнерские [3, с. 62]. Субординационные отношения обусловлены социальным статусом коммуникантов и административно-правовыми нормами межличностной коммуникации. Такой тип взаимодействия предполагает адекватную директивную категоричность, которая является базовой тональностью доминирующей одновекторной модели делового аспекта коммуникации. Иной характер имеют партнерские отношения, предполагающие участие коммуникантов в совместной деятельности, базирующейся на сотрудничестве и взаимопонимании на основе общих интересов и потребностей его коммуникантов. В этом смысле американские специалисты менеджмента М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедури [14] определяют производительность демократи-

зированной “партиципативной” формы управления. Такие отношения отвечают риторическому идеалу, основанному на идеале сократического типа. В таких отношениях коммуниканты являются равноправными, о чем свидетельствует их речевое поведение.

Заметим, что тип отношений между коммуникантами предопределяет и формы их речевого поведения. Особенностью деловых переговоров является их регламентированность как соответствие принятым нормам организации делового общения, в частности степень его официальности, цели и задачи конкретной встречи, которые являются значимыми характеристиками социальной ситуации.

Таким образом, определяющими характеристиками деловых переговоров являются интерактивность, регламентированность, антропоцентричность, специфика взаимодействия пропонента и оппонента в реализации этого дискурса. Деловые переговоры как интерактивный формат коммуникации в особом социальном контексте являются процессом обсуждения коммуникантами определенного вопроса с целью достижения согласия и снятия информационной неопределенности путем последовательного аргументированного изложения собственных позиций. Дальнейшее исследование функционально-прагматических характеристик всех форматов делового общения будет способствовать установлению модели эффективной деловой коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абачиев С. К. Теория и практика аргументации. (К учебному курсу для специалистов по связям с общественностью.) / С. К. Абачиев, В. П. Делия. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 352 с.
2. 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.
3. Баландина Н. А. Дискурс переговоров в англоязычной деловой коммуникации : дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Баландина Наталья Александровна. – Волгоград, 2004. – 192 с.
4. Бахтин М. М. Проблемы текста / М. М. Бахтин // Вопросы литературы. – М., 1976. – №10. – С. 110–151.
5. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации: Принципы и правила в эпоху информации / Р. Бландел. – СПб. : Питер, 2000. – 318 с.
6. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур. – [3-е издание]. – М. : Издательство ЛКИ, 2007. – 176 с.
7. Воробьева О. П. Текстовые категории и

фактор адресата / О. П. Воробьева. – К. : Вища школа, 1993. – 200 с.

8. 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.
9. Дейк Т. А. ван. Стратегии понимания святого текста / Т. А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. – М. : Прогресс, 1988. – С. 153–211.
10. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : [колект. монографія / під загальн. ред. І. С. Шевченко]. – Харків : Константа, 2005. – 356 с.
11. Карпчук Н. П. Адресованість в офіційному та неофіційному англomовному дискурсі (комунікативно-прагматичний аналіз) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Н. П. Карпчук. – Харків, 2005. – 20 с.
12. Кусько К. Я. Дискурс іноземномовної комунікації: концептуальні питання теорії і практики / К. Я. Кусько // Дискурс іноземномовної комунікації [колект. монографія]. – Львів : Вид-во Львівськ. нац. ун-ту ім. І. Франка, 2001. – С. 23–48.
13. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК “Тнозис”, 2003. – 280 с.
14. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – [3-е изд.]. – М. : Вильямс, 2008. – 672 с.
15. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми : підруч. / О. О. Селіванова. – Полтава : “Довкілля – К”, 2008. – 711 с.
16. 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.
17. Фишер Р. Путь к согласию, или Переговоры без поражения / Р. Фишер, У. Юри [пер. с англ. А. Гореловой]. – М. : Наука, 1992. – 158 с.
18. Coulthard M. An Introduction to Discourse Analysis / D. Coulthard. – Harlow : Longman Group UK Ltd, 1992. – 212 p.
19. Nunan D. Discourse Analysis / D. Nunan – Harmondsworth : Penguin English Ltd., 1993. – 134 p.
20. Raiffa H. The Art and Science of Negotiations / H. Raiffa. – Harvard: Belknap Press of Harvard University Press, 1985. – 384 p.
21. Smith C. S. Modes of Discourse: The Local Structure of Texts / C. S. Smith. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004. – 320 p.
22. The Discourse of Negotiations. Studies of Language in the Workplace : [ed. by Alan Firth]. – Denmark : Pergamon, Aalborg University, 2005. – 434 p.