

**ОБУЧЕНИЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИМ ОСОБЕННОСТЯМ ДИСКУРСА
ПЕРЕГОВОРОВ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО НАПРАВЛЕННОЙ ИНОЯЗЫЧНОЙ
КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В ВУЗЕ**

Интенсивно проходящие в настоящее время геополитические процессы способствуют стремительному развитию международных связей и научно-технического сотрудничества. Процесс экономической глобализации мирового сообщества содействует активизации экономических контактов между Россией и различными зарубежными странами. Расширение профессиональных контактов и взаимопроникновение культур различных стран повысили прагматическую значимость владения иностранными языками. Модернизация системы высшего образования и современной системы преподавания иностранных языков в неязыковом вузе, в частности, направлена на повышение качества иноязычного образования, способствующего интеграции российского общества в мировое пространство и обеспечения признания российских специалистов за рубежом. Имеющиеся достижения свидетельствуют о важной роли иноязычной подготовки в процессе формирования современных специалистов и дидактическом потенциале предметной области «иностранный язык» в интегративной модели высшего профессионального образования.

Отказ от предметоцентристского подхода в образовании в пользу интегративного подхода способствовал тому, что ключевым показателем подготовки востребованных квалифицированных специалистов, способных адаптироваться к условиям рынка труда, стали профессиональные компетенции, формирование основ которых в высшей профессиональной школе направлено на развитие умений обучающихся осознанно и осмысленно управлять своим социальным поведением. Ведь именно через профессиональную социализацию в вузе личность приобщается к системе профессиональных норм и ценностей посредством деятельности, общения и изменения самосознания. Общение в процессе социализации играет особую, подчас «первенствующую» (А.А. Леонтьев) роль: с одной стороны, в

* © Баганова П.А., 2012

процессе социализации сфера общения расширяется и углубляется благодаря появлению профессиональных контактов обучаемого, с другой – речевое общение, даже учебное, само является важнейшим средством социализации (практические занятия, внеаудиторные мероприятия и т.п.).

Овладение иноязычным общением в контексте выбранной специальности и будущей профессии является обязательным компонентом профессиональной культуры любого специалиста, профессиональная деятельность которого приобрела сегодня новое содержательное наполнение под влиянием культурных, экономических и политических факторов. Профессионально направленное иноязычное общение специалистов представляет собой «сложный и целенаправленный процесс взаимодействия нескольких людей в рамках их профессиональной деятельности, решающих деятельностные задачи посредством воздействия на интеллект, взгляды, поведение и эмоции друг друга» [2, 5]. Данное определение подчеркивает важность взаимопонимания между партнерами по общению, являющимися представителями определенных профессиональных сообществ. Взаимопонимание базируется на обмене профессионально значимой информацией и совместном моделировании профессиональных процессов.

Учет модели специалиста и формируемых профессиональных умений, а также организация процесса обучения иностранному языку таким образом, чтобы студент овладевал языком в контексте профессионально направленной деятельности, как подчеркивают отечественные и зарубежные ученые (И.Л. Бим, И.А. Зимняя, А.А. Леонтьев, Е.И. Пассов, В.Л. Скалкин, М.А.К. Halliday, А. Mcintosh, Р. Strevens, Т. Hutchinson, А. Waters, Н.Г. Widdowson и др.), являются перспективными для неязыкового вуза, а формирование профессионально направленной иноязычной коммуникативной компетенции, понимаемой как совокупность лингвистических, речевых, социолингвистических, социокультурных знаний, коммуникативно-прагматических умений профессионально ориентированного общения и культуры взаимодействия в различных сферах и ситуациях, а также личностных качеств: коммуникабельности, ответственности, тактичности, толерантности, рефлексии, идентификации, аттракции, каузальной атрибуции и обязательности; в объеме, заданном ФГОС и программами дисциплины «Иностранный язык(и)», является одной из целей профессиональной социализации обучаемых и объектами целенаправленного обучения студен-

тов иностранному языку как профессионально направленной иноязычной коммуникативной деятельности.

Деловое иноязычное общение является частью профессиональной деятельности современного специалиста, которому необходимо уметь построить устное выступление по законам риторики и этики общения, композиционно правильно оформить письменный текст – доклад, статью, эссе, деловую корреспонденцию, уметь грамотно сформулировать вопросы во время презентаций и пресс-конференций, уметь вести диалог/полилог во время интервью, переговоров и т.п.

Деловой дискурс со специфической лексикой и терминологией представляет собой сложное образование, он реализуется в деловом общении и имеет несколько разновидностей, так как может протекать как в устной, так и в письменной форме. В связи с тем, что переговоры с каждым годом все более проникают в коммуникативную деятельность социума и оказывают влияние на его дискурсивное пространство, необходимо определить содержание понятия дискурса переговоров и выявить его характеристики.

Базовым концептом, определяющим инвариантное содержание понятия «переговоры», является лексема «to negotiate». Из ее словарных дефиниций можно выделить следующие семантические доминанты: 1) обсуждать, вести переговоры, дискутировать, убеждать (to confer, to talk over); 2) заключать сделку, торговаться (to transact, to bargain); 3) посредничать, быть посредником, арбитром, судьей (to mediate, to umpire, to referee, to arbitrate); 4) улаживать, урегулировать, приводить к решению, достигать соглашения (to arrange, to settle, to achieve a transaction, an agreement). Следовательно, дискурс переговоров представляет собой процесс, в котором две или более сторон обсуждают деловые вопросы и стараются прийти к соглашению посредством обсуждений, дискуссий, обмена мнений.

М.Г. Власова выделяет следующие цели переговоров: а) поиск способов решения проблемы (при этом конкретные цели могут варьироваться и включать урегулирование, контроль, координацию и т.д.); б) взаимодействие или интеракция между участниками (информационно-коммуникативные задачи, установление контакта, развитие отношений, выявление позиций сторон, отвлечение внимания от других проблем). Н.А. Баландина добавляет к ним в качестве планируемого эффекта такую цель, как воздействие на адресата, ориентированное на изменение намерения адресата по поводу принятия определенного решения [1, 7].

Своеобразие дискурса переговоров заключается в а) наличии разных жанров устного (коммерческие переговоры; переговоры, посвященные решению организационных вопросов, вопросов реорганизации и реструктуризации предприятий; переговоры, направленные на снятие возникающего или возникшего конфликта) и письменного общения (все виды деловых писем, документы, фиксирующие социально-правовые отношения – контракты (договоры), соглашения и различные типы сопутствующих документов); б) связи переговоров как устного жанра деловой коммуникации с ее письменными жанрами – деловым письмом и контрактом, где первое может предшествовать переговорам, а второе служить их логическому завершению и юридическому закреплению принятых соглашений в соответствующем документе; в) объединении разных по своей природе текстовых образований (беседы, обсуждения повестки дня, презентации, торга, обсуждения условий сделки) в переговорном процессе.

В любых переговорах целями участников являются как их интерперсональное взаимодействие, так и решение проблем, поэтому стратегии дискурса переговоров вызываются коммуникативными интенциями, которые конкретизируют основную цель достижения соглашения – создание партнерских отношений, построенных на взаимном уважении и доверии, умении говорить и быть правильно понятым, слышать и понимать самому, умении добиваться нужного влияния на выбор мнения или решения собеседника и определяется такими факторами, как уровень требуемой минимальной безопасности каждого из участников переговоров, степень информационной (не)определенности, а также анализом возможных приобретений и потерь в ходе переговоров [1, с. 8].

В дискурсе переговоров как единице социальной коммуникации отражаются языковые особенности делового дискурса – специфическая система отношений лексико-фразеологических, грамматических и синтаксических элементов (их особая комбинация и частотность использования) с прагматикой переговорных ходов. Всем этапам переговорного процесса свойственно использование специальных терминов, общеупотребительных терминов, абстрактных существительных, оценочных прилагательных; клишированных фраз и речевых штампов, которые обеспечивают однозначную передачу информации; вопросительных предложений, различных средств выражения модальности, оценки и т.д., которые указывают на готовность брать на себя обязательства, решать проблемы и т.д.

Каждому этапу переговорного процесса соответствует свой набор переговорных ходов и их лингвистическое представление.

Знакомство участников в неофициальной обстановке (Socializing) происходит с опорой на ряд клишированных фраз, например: *Excuse me. Are you... ?; I'm... from... ; I'd like you to meet my colleague, ...; How do you do?; I'm pleased to meet you; It's good to see you again; How are you?; Very well, thanks. And you?; By the way, please call me....* Развитие данного этапа предполагает переход к светской беседе (small talk), задача которой состоит в проявлении интереса и симпатии к новому партнеру по переговорам с помощью набора клишированных фраз: *This is your first visit to Russia, isn't it, Mark?; Unfortunately, this is only a short visit, so we won't be able to see very much; But we'll certainly try to show you something of the city. And I hope, anyway, that this will be the first of many visits.*

Непосредственный процесс переговоров начинается с **решения процедурных моментов** (Agreeing Procedure) – порядка и последовательности в обсуждении интересующих обе стороны вопросов. В лексико-фразеологическом плане очевиден перевес в сторону распространенных речевых сочетаний. Однако, обращение к таким фразам, как *Now may I begin by suggesting a procedure for this morning's session? I think we should start by drawing up an agenda; We'd like to propose the following procedure ...; Is this agenda acceptable, gentlemen? Can we now agree on the overall procedure? Is there anything you'd like to change? Is that OK with you?* свидетельствует о том, что текст относится к этапу обсуждения процедуры переговоров. На данном этапе участники определяют свои основные и второстепенные цели, обращаясь к следующим ритуальным фразам: *Our main objective is to... ; What we'd like to achieve from this meeting is... ; We'd also like to talk about... ; Another objective, as we see it, is... ; Something else we'd like to achieve is....* В конце этого этапа представители принимающей стороны часто обращаются к стереотипным вопросительным конструкциям, которые сигнализируют о переходе от одного этапа к следующему: *Does that fit in with your objectives? Would you go along with that? Is that OK with you? Does that fit in with your plans? Does that seem acceptable to you?*

На этапе **обмена информации** (Exchanging Information) одна из сторон знакомит другую сторону в форме презентации с фактическим материалом, включающим конкретные цифры и показатели, касающиеся деятельности компании. Таким образом участники переговоров осуществляют

два разных вида речевой деятельности: говорение (монолог переговорщика принимающей стороны) и слушание вторым переговорщиком и его подготовка к следующему этапу. Презентации могут быть информативными (*informative*) и убеждающими (*persuasive*). Целью информативной презентации является ознакомление противоположной стороны с определенными данными: цифрами, фактами и т.д. с опорой на вспомогательные средства (слайды, таблицы, графики и т.д.) с использованием клишированных фраз: *First, I'll tell you about...; Then we'll look at; Let's turn to...; now we'll have a look...; Now, let's turn to the future of... If you look at... now you'll see that...; As you can see from...; As (this chart) shows, we can see from this...* Наиболее существенные моменты подчеркиваются: *A key area of concern is...; The key problem is...* и предлагается объяснение причин сложившейся ситуации: *There are two reasons for this. This means that...* Цель убеждающей презентации состоит не только в том, чтобы представить новые факты, но и оказать воздействие на другую сторону, для чего используется лексика с положительной оценочной коннотацией (*to benefit, to achieve, to establish, to promote, to guarantee, one step further, long-term, creative, dynamic, the major benefit, the attraction of this, on the positive side, broad agreement, common interest, clear understanding*) и, как и в информативной презентации, выражения, ориентирующие внимание слушающих на структуру текста: *We've looked at (three) different options: First,...; So, (the second) option we considered was...; So, now let's look at (the third option)*. Преимущества указываются фразами, типа *The major benefit would be...; But the main benefit is...*, а затруднения конкретизируются и объясняются: *There are, however, some problems...; But the real disadvantage is....* Свою позицию говорящий защищает следующими выражениями: *They have a lot of advantages; And that's another big advantage*. Решение проблемы формулируется клишированными фразами: *Our proposal is...; We estimate that...; One obvious solution would be....*

После получения второй стороной новой информации у них появляются вопросы – следующий этап переговоров (Questioning), интеракция в вербальной форме с помощью уточняющих вопросов: *Can I just ask you...?; Roughly how much... do you... order?; Does that mean...?; Can I just move on to another question?; How important is... to you?; When you say..., do you mean that...?; Can you give me an idea...?; Is that an accurate summary of*

where you stand?; Supposing that... ?; Excuse me, could you explain that?; Could you clarify one point for me, please? What exactly do you mean by... ?

Далее следует этап, на котором обсуждаются возможные варианты (Options) дальнейшей совместной деятельности. Переговорщики могут оценивать предложения как негативно (*I think the main weakness... ; I'd say... the least favourable option for us; I feel that would be too expensive; I have some doubts about that option*), так и позитивно (*Yes, I think that fits in with...; I think that's got a lot of potential; The main strength of..., as we see it, is...; From my point of view that's a very attractive offer; As I see it, this is the best short-term solution*). Переход к обсуждению следующего предложения осуществляется при помощи выражений: *I'd like to start by suggesting... ; What do the others think?; How about the idea of forming... ?; How about trying...?; Have you considered the idea of...?; We could also....* В конце этого этапа переговорщики просят подтвердить позицию другой стороны: *Is that an accurate summary of where you stand? Does that present the picture fairly? Is this your final offer?* Ответы могут быть следующими: *Yes, that is our present position; Yes, that's as far as we can go at present; Yes, that's our final offer.*

Далее следует один из самых важных этапов в проведении переговоров – обсуждение условий осуществления сделки (Bargaining), где участники должны четко видеть положительные и отрицательные стороны соглашения, выдвигать новые предложения и стараться находить выход из самых трудных ситуаций, поэтому в тексте присутствуют такие клишированные фразы: *We are now ready to outline our position with regard to your initial proposals; We are in favour of collaboration, but...; As I said, we see these as separate issues; We're very interested to hear what you have to say...; One problem is this. How do we control costs if...; We'll be willing to offer safeguards...; Provided, of course...; We couldn't fund... unless there was...; If you accepted... we would cover...; We'd have no objection... provided that the details were... ; We couldn't possibly... but we'd be prepared to...; That would be acceptable.*

На следующем этапе переговоров подведение итогов и подтверждение намерений (Settling and Concluding) участники переговоров подводят итоги, подтверждают намерения и намечают планы на будущее. Особого внимания заслуживают стереотипные словосочетания и выражения, указывающие на этап подведения итогов: *Perhaps, I could just summarise our conclusions so far. You've agreed to...; That's correct, yes; Fine. And from our*

side, we've agreed to...; As we agreed, we'll take care of...; We're also pleased to note that you've reached a separate agreement with...; Yes, we're very satisfied with the result of that negotiation; There are a couple of outstanding points...; The question of... remains to be clarified. In order to do this, we'l ...; Yes, that would be very helpful. One other thing...; That's a good point; In fact,...; Yes, that seems like a good idea; So, we'll discuss the question of...; Yes, that seems to be all; Well, in that case... ; We'll discuss... at our next meeting... ; Have I covered everything? Is there anything else you'd like to add?

Таким образом, язык делового общения представляет собой «нетворческое» использование готовых «блоков», застывших клишированных образований на уровне словосочетаний, предложений и целых текстов. Даже неофициальная диалогическая речь между участниками общения, как правило, не выходит за рамки стандартных, формальных клишированных единиц большого и малого синтаксиса. Для всех этапов переговорного процесса свойственно употребление нейтральной лексики, общеупотребительных и специальных терминов, клишированных выражений делового этикета, или речевых штампов, вопросительных предложений, модальных слов, глаголов с широкой палитрой семантических нюансов.

Учитывая жанровое разнообразие дискурса переговоров – от неофициального общения до сложных финансовых докладов, – важно обучить студентов репертуару основных языковых средств каждого этапа переговоров в процессе формирования профессионально направленной иноязычной коммуникативной компетенции.

Библиографический список

1. Баландина Н.А. Дискурс переговоров в англоязычной деловой коммуникации: Автореф. дис... канд. филол. наук. Волгоград, 2004. 20 с.
2. Емельянова Т.В. Формирование профессионально направленной иноязычной коммуникативной компетенции студентов неязыкового вуза: Автореф. дис... канд. пед. наук. М., 2006. 21 с.