

Сидорова О.Ю., Климентова О.В.
*Національний університет «Кієво-Могилянська академія»,
 Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

ВЕРБАЛЬНА ПОВЕДІНКА УЧАСНИКІВ ПЕРЕМОВНОГО ПРОЦЕСУ (в підході “case study”)

У статті пропонується англомовна модель забезпечення початкового етапу процесу перемовин на основі “win-win approach”. Обґрунтовується методична доцільність включення даної моделі у процес вивчення іноземних мов у виші на базі підходу “case study”).

Ключові слова: *мовна поведінка, вербальне забезпечення, комунікативна стратегія, перемовний процес, маніпулятивна вербалізація.*

На сучасному етапі розвитку лінгвістики ґрунтовно досліджуються принципи оптимального вербального забезпечення різноманітних процесів діяльності людини. Поєднання мовних навичок та умінь з фаховими та закріплення їх на матеріалі реальних ситуацій характеризує підхід “case study” [7; 8; 1]. Його ефективність доведена використанням у навчальних технологіях багатьох сфер діяльності.

Одним із актуальних напрямків досліджень у межах даного підходу є розробка різних типів ефективної лінгвальної поведінки, мотивованої комунікативними стратегіями.

Актуальність теми нашого дослідження зумовлюється недостатньою вивченістю моделей лінгвальної поведінки, адекватних до відомих комунікативних стратегій.

Об’єктом дослідження виступає так званий “win-win approach”.

Предметом дослідження слугують лінгвальні засоби забезпечення початкової фази перемовного процесу.

Метою статті є запропонувати модель англомовного забезпечення початкової фази перемовного процесу, яка може бути використана в процесі вивчення іноземної мови студентами будь-якого профілю.

Для досягнення мети необхідно виконати наступні **завдання**:

- описати одну з найбільш продуктивних в сучасних перемовних процесах комунікативну стратегію - так званий “win-win approach”;
- з’ясувати, що мотивує вибір стратегії;

– запропонувати англомовну модель забезпечення початкової фази перемовного процесу.

Специфіка оволодіння іноземною мовою мотивує особливу зацікавленість комунікативними стратегіями перемовних процесів. Таке спрямування підготовки студентів відповідає пріоритетам науки XXI ст. в багатьох країнах світу, задовольняє високим стандартам найновіших технологій їх розвитку.

Відомо, що люди, які розмовляють різними мовами, мають і різні типи мислення. Цей важливий висновок, обґрунтований у філософських працях М.Хайдеггера, В.Гумбольдта, Е.Сепіра, Б.Уорфа, Г.Брутян та ін., і лінгвістично розвинутий О.Потебнею, а слідом за ним поглиблений й іншими сучасними лінгвістами (Ю.Караулов, Г.Колшанський, Г.Комлев, В.Маслова, Г.Рамішвілі та ін.), має неабияке значення для практики викладання іноземних мов.

Мовна картина світу – це спосіб відбиття реальності у свідомості людини. Він полягає у сприйнятті цієї реальності крізь призму мовних та культурно-специфічних особливостей, властивих певному етнічному середовищу. Відповідність між структурами мови та культури втілюється у виробленні регламентованої даним соціумом системи поглядів, своєрідної колективної філософії та певних комунікативних стратегій як частини національної ментальності.

З-поміж даних стратегій, обговорення яких розгорнулось в англомовних джерелах, поширеними є “win-win approach” та “I win – you lose approach”. Кожна стратегія має свою специфіку, сильні та слабкі позиції й контактну аудиторію. Водночас найбільш привабливим для багатьох видається “win-win approach”, відповідно до якого всі учасники почувуються переможцями. Цей підхід використовує пошук спільних інтересів, тому його ще визначають як синергетичний (від *sinergy* – додаткова ефективність від органічного злиття, доповнення один іншого) [4, 1569].

Натомість “I win – you lose approach” передбачає, що один перемагає, а другий втрачає, власне, один виграє за рахунок іншого. В США, де психологія успіху є одним із життєвих пріоритетів, агресивні учасники перемовного процесу доволі часто обирають саме цю стратегію. У разі ведення перемовин групою при застосуванні даного підходу зазвичай домінують егоїстичні інтереси однієї сторони.

Вибір стратегії перемовного процесу закорінений не тільки в особистісні вподобання. Він глибоко мотивується загальним культурним контекстом.

Так, представники культури, що віддають перевагу партнерству та довготривалим контактам, частіше обирають “win-win approach”, адже добрі бізнес-стосунки дозволяють уникати конфліктів і спиратись на те, що об’єднує, а не розділяє, ефективно користуватись перевагами навіть відносної колегіальності та довіри.

Отже, “win-win approach” акцентує важливість спільних інтересів. Завдяки наполегливому пошуку компромісів та аспектів взаємодії можуть бути примирені навіть антагоністичні позиції актантів перемовного процесу.

У свою чергу, “I win – you lose approach” стимулює конкуренцію, а не кооперацію. В основі цього підходу лежить, образно кажучи, “поїдання” представниками сторін один іншого. Зрозуміло, що перемовини будуть дуже складними, якщо за стіл переговорів сядуть учасники з різними стратегіями.

Перш ніж перейти до безпосереднього опанування моделями мовного забезпечення описаних вище комунікативних стратегій, студентів необхідно познайомити із загальною інформацією про них, створити позитивну мотивацію на оволодіння ними.

На думку відомого консультанта з перемовин, директора Йоркської асоціації, що спеціалізується на мовах, комунікації та міжнародних бізнес-тренінгах, провайдера бізнес-програм по Європі Боба Дигена, в реаліях міжнародного спілкування місця для класичного “win-win approach” немає. Це своєрідна утопія, вважає він [5]. Але застосування навіть окремих механізмів впливу на хід комунікації, властивих “win-win approach”, може бути надзвичайно корисним. Окрім того, ці механізми легко переносяться в інші дискурси і в цілому є продуктивними формами соціалізації.

Фахівці визначають структуру перемовин через наступні фази: 0 – доперемовний (підготовчий) етап; 1 – створення атмосфери (початковий); 2 – домовленість щодо протоколу (цілі, порядок денний, хронометраж, отримання згоди); 3 – уточнення позицій обох сторін (установка на розуміння позиції іншого; перевірка у тому, що інша сторона розуміє вашу позицію; підтвердження сприйняття позицій обома сторонами); 4 – перемовини (позитивні пропозиції; визначення проблемних аспектів; обговорення можливостей та альтернатив); 5 – завершення перемовин (підсумок, підтвердження згоди, обговорення плану дій, вітання з успішним підписанням контракту). Так, на підготовчому етапі визначається стратегія перемовин і заповнюється анкета презентаційних позицій. Вона має наступний формат:

1. Ваші цілі [пріоритети, основна лінія; пакет пріоритетних питань, щодо яких можна торгуватись; у чому можна піти на поступки; якої лінії треба дотримуватись, щоб підписати контракт повністю].

2. Баланс сил обох сторін [ваш – чому ми вступаємо у перемовини; чого хочемо досягти; що ми пропонуємо; як може бути покращена ситуація; наскільки ми потребуємо цього партнерства; які альтернативи маємо; які пункти слід вивести за межі процесу; **протилежної сторони** – чому інша сторона вступила у перемовини; чого вони хочуть досягти; як їх ситуація може бути покращена; на скільки вони потребують нашого партнерства; які альтернативи вони мають; які пункти, можливо, будуть виведені з процесу перемовин].

3. Визначення вашої стратегії, що базується на вищезазначених пунктах [вступна фраза; визначаємо пріоритетність пунктів; якщо досягнуто згоди стосовно першого пункту, як ми будемо ставитись до інших пунктів протоколу; чи будете ви вводити попередні умови, (це має сенс, якщо ситуація розгортається на вашу користь)].

На самому початку перемовин важливо створити атмосферу доброзичливості, аби знизити поріг страху учасників перед поразкою. Страх зазвичай продукується недостатністю інформації, невпевненістю у своїх силах, низькою прогнозованістю перебігу подій тощо і мотивує агресію в перемовинах. Окрім того, він блокує енергію дії. На неусвідомлюваному рівні ця емоція або паралізує, або примушує тікати від об'єкта страху, буквально штовхає у протилежний бік від нього. Це не конструктивна емоція для перемовин. Тому досвідчені перемовники витрачають час і сили, щоб розпізнати страхи і перебороти їх. У цілому критика, засудження, скарги, що зазвичай супроводжують процес перемовин, можуть продукувати спіраль негативних емоцій. Тому консультанти завжди підкреслюють, що негатив послаблює позиції перемовників, примушує їх захищатись, реагувати як невротики [6, 33]. Отже, стосовно емотивної кореляції на початковому етапі трансформація негативних почувань у зацікавлення виступає важливою комунікативною метою.

Мовна поведінка, що забезпечує подібну інтенцію, реалізується покроково. Тому, навчаючи студентів свідомо вибудовувати свою мовну поведінку і, зокрема, адекватну початковому етапу “win-win approach”, необхідно:

- 1) ставити ввічливі запитання:
– How was the flight?

– How's business?

2) шукати спільні інтереси чи нагадувати про попередні контакти:

– How is Peter doing? Is he well?

– You said you were planning to visit China. Did you go?

3) уважно слухати й активно вербалізувати власну зацікавленість розмовою:

– That's interesting.

– OK. I see.

4) Підступаючись до основної теми чи предмету перемовин, користуватись етикетними формулами:

– Right, perhaps, we should begin?

– As we have quite a busy day, shall we get started?

У студентів важливо формувати свідоме ставлення до проявів вербальної поведінки, виявляти зв'язок мовних актів із більш глибокими процесами. Не варто недооцінювати кожний із указаних етапів. Так, ввічливість покращує імідж учасників і визначає правила статусно-рольової гри. Як показують наведені приклади, ці правила умовно можуть бути сформульовані наступним чином: *«Ви вільні. Ви можете сказати "Ні!"» і можете запропонувати альтернативу. Рішення, звісно, приймати Вам. Але тепер давайте разом визначимо наші позиції...»*. Практика довела, що для ефективних перемовин дуже важливим є вміння навчитися ввічливо запрошувати іншу сторону приєднатись до Вас, буквально слідувати за Вами.

Це практично неможливо зробити, не усунувши напруження. Водночас його нереально просто нівелювати. Воно має бути латентно трансформованим у позитивну емоцію. Майстерність дипломатичної вербалізації базується на клішованих формах. Ввічливі етикетні вербальні формули формуються віками і мотивуються культурною самобутністю етносу. Вони жорстко фіксують зв'язок із наперед визначеними поведінковими реакціями. Це дозволяє знизити рівень контролю за перебігом подій і дає ефект розслаблення, який у свою чергу зменшує страх і напругу. В цьому полягає особливість етикетних кліше та їх цінність для комунікації.

За етапом ввічливого обміну запитаннями слідує етап кооперації зусиль, тому важливо знайти точки перетину із досвідом партнера. На цьому підготовчому етапі у вербальних акціях закріплюється партнерство. Пам'ять про ефективну взаємодію в минулому стає фундаментом, на якому можна будувати новий проект. Латентна мета подібних вербальних акцій та сама, що і на попередньому етапі, – зменшити страх і напругу.

На наступному етапі об'єктивується емоція інтересу. У термінах лінгвістики впливу, у реципієнта формується позитивна установка. Основним чинником її формування виступає когнітивна потенція емоції інтересу. Тому її треба активно демонструвати у мовній поведінці, що буквально нав'язується партнеру. Багатьом добре відомі ефекти зараження "вірусом" сміху чи суму і т. ін. Натомість у нашому випадку вербальними вчинками підтримується зацікавлення партнерством.

Завершується початковий етап ввічливою пропозицією рухатись далі. Проте реальною інтенцією виступає тестування готовності реципієнта до наступних етапів. Консультанти нагадують про важливість саме запрошувати до взаємодії, а не вербально фіксувати логічні етапи процесу перемовин.

Для оволодіння мовними навичками дипломатичної стилістики студентам пропонуються вправи [2; 3], спрямовані на закріплення умінь вербальної трансформації стилістично нейтральної форми у ввічливо-маніпулятивну:

1) пряме запитання трансформується у непряме:

I need to know... → Could you tell me...?

2) негативне твердження трансформується у запитання:

It wouldn't be better to → Would it be better to...?

3) теперішній час трансформується у минулий:

How much do you want to spend? → How much did you want to spend?

4) простий – у продовжений:

I hope you can... → I'm hoping you can...

5) використовується пасив для деперсоналізації запитання:

You promised us... → We were promised...;

6) форма толерантної відмови:

I think we are going to have to reconsider that and get back to you;

7) пом'якшується категоричність:

There seems to be... → Could I just interrupt for a moment?

If there's a chance to... → It there was a chance to...;

I'll be very grateful... → I'd be very grateful...;

We could try to... → We could have to...;

8) пом'якшується негатив:

[A bit → slightly + adjective → not + opposite]

That's wrong → That's not quite correct;

Your products are expensive → Your products aren't cheap;

You said → I understood;

9) використовуються структури із розмитою референцією:
There are two things I need to discuss with you → There are a couple of things I need to discuss with you;

10) формула прийняття компромісу:

I think that we can accept; I think that we have met half way.

Посутньо подібні вправи формують уміння та навички маніпулятивної вербалізації, що виступає, зокрема, однією з реальї дипломатичної практики і без якої важко уявити ефективну діяльність, наприклад, адвокатів, юристів, політиків, психологів тощо. Загалом вони сприяють оптимізації мовної поведінки і є корисними для формування уміння розпізнавати й реалізовувати у мовленні висловлювання з різноманітними конотаціями: виявити підтримку, продемонструвати готовність до примирення, перебрати на себе відповідальність, залишити простір для маневрування тощо.

Висновок. Принципи пред'явлення англomовних засобів забезпечення початкової фази перемовного процесу на засадах підходу "case study" можуть бути легко адаптовані до викладання будь-якої іноземної мови. Окрім того, навички, що набуваються разом із іноземною мовою, вчать перемагати в діалозі з опонентом, сприятимуть гнучкості мислення, комунікативній вправності, підвищенню рівня адаптованості до викликів глобалізованого світу. Володіння уміннями та навичками ефективної бізнес-комунікації можуть бути використані для створення успішних ділових стосунків, дозволять зайняти нові сегменти ринку, перебрати на себе лідерські позиції й домінувати у певній сфері. Включення у процес викладання іноземних мов у вищих навчальних закладах знань про комунікативні стратегії перемовин та забезпечення студентів ефективними моделями вербальної поведінки, адекватної до цих стратегій, є методично виправданим.

Література:

1. Сидорова О.Ю. Специфіка "case study approach" в україномовній студентській аудиторії // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова. Сер. 9. Сучасні тенденції розвитку мов. Вип. 8: зб. наук. праць / за ред. проф. В.І.Гончарова. – К.: Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2012. – С.150 – 156.

2. Corbett J. Intercultural Language Activities / John Corbett. Cambridge Handbooks for Language Teachers. – Cambridge University Press, 2010. – 262 p.
3. Emmerson P. Business English Handbook, advanced / Paul Emmerson. – Macmillan, 2011. – 128 p.
4. Longman Exams Dictionary. – Pearson Longman, 2006. – 1833 p.
5. Negotiating // Business Spotlight. Професіональний успіх с англійським. – 2007. – 6.07 (ноябрь – декабрь). – С. 52 – 58.
6. Positive thinking // Business Spotlight. Професіональний успіх с англійським. – 2009. – 4.09 (июль – август). – С. 30 – 34.
7. Rodgers D. English for International Negotiations: a cross-cultural case study approach / Drew Rodgers. – Cambridge University Press, 2005. – 160 p.
8. Rodgers D. Business communications: International case studies in English / Drew Rodgers. – Cambridge University Press, 2002. – 153 p.

Сидорова Е.Ю., Климентова Е.В. Вербальное поведение участников переговорного процесса (в подходе “case study”). В статье предлагается англоязычная модель речевого обеспечения начального этапа переговорного процесса в соответствии с “win-win approach”. Обосновывается методическое целесообразие включения данной модели в процесс изучения иностранных языков в вузе на базе подхода “case study”.

Ключевые слова: речевое поведение, вербальное обеспечение, коммуникативная стратегия, переговорный процесс, манипулятивная вербализация.

Sidorova H., Klymentova O. Verbal behaviour of the participants of negotiation (case study approach). The article is devoted to the English model of linguistic support of the starting phase of the negotiation process based on the “win-win approach”.

There is a serious background to the methodical principles and relevance to the process of teaching foreign languages in high school with the use of “case study approach”.

Key words: linguistic patches of behaviour, verbal supplement, communicative strategy, negotiation process, manipulative verbalisation.