

ПРОСОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕДІАЛЬНОГО ЕТАПУ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ І УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Діяльність підприємств, фірм, корпорацій, кооперативів насичена багатоплановими зв'язками з партнерами і тому інколи виникають різні проблеми, розв'язання яких передбачає взаємодію з іншими виробничими чи фінансовими структурами. Правильно організувати таку взаємодію можна лише за допомогою добре підготовлених і ефективно проведених ділових переговорів. Виникає потреба в опануванні науки й мистецтва підготовки і проведення ділових переговорів. Дана стаття присвячена дослідженню особливостей медіального етапу ділових переговорів в англійській та українській мовах, основним характеристикам переговорів. Розглянуто особливості поняття переговорів, вказано етапи і класифікація переговорів різними вченими.

Ключові слова: ділові переговори; просодика; термінальний тон; діалог; полілог; тема – рематичні зв'язки.

Сучасний антропоцентричний погляд на мовлення і мову зумовлює звернення лінгвістів до діалогу, діалогічного дискурсу та діалогічного тексту як об'єкту (Девкин В. Д., Колокольцева Т. Н., Олексієнко Л. П.), предмету (Гетьман З. О., Плеханова Т. Ф.) або матеріалу (Безугла Л. Р.) мовознавчих досліджень. Логічним є розглянути діалог, як поняття. Діалог в лінгвістиці – це діалогічний текст, який протиставляється монологічному (Гетьман З. О., Рольф Е.), або як розмова, мовлення обмін думками, репліками, висловлюваннями (Девкин В. Д.). Це означає, що є два рівні діалогічності – формальний – відповідає розумінню діалогу тексту, і функціональний – корелює з його розумінням як мовлення.

Ділове спілкування проникає в усі сфери людського життя. У сучасному світі сферу ділових стосунків обслуговує офіційно-діловий стиль, який відзначається чітким і лаконічним викладом змісту, факту, однозначністю формулювань, несуперечливою аргументацією викладеного. У зв'язку з цим в усному діловому мовленні спостерігається стандартизація, штампи, використання слів із нейтральним значенням, тафтологічний повтор, форм, зворотів, конструкцій як мета досягнення однотипності вираження думки [5, с. 16].

Актуальність дослідження зумовлена тенденціями розвитку сучасної лінгвістики і пов'язана з необхідністю порівняльного аналізу просодичних особливостей діалогічного мовлення в англійській та українській мовах.

Об'єктом дослідження є англійські та українські ділові переговори.

Завданнями статті є розкрити фонетичні та загальні особливості ділових переговорів на медіальному етапі.

Переговори як особлива форма соціальної взаємодії мають давню історію. Люди споконвіку ведуть переговори, укладаючи торгові угоди чи завершуючи

війну мирною угодою, домовляючись про поділ майна чи збираючи караван кораблів шукати нових незвіданих земель. Проте об'єктом широкого наукового дослідження переговори стають лише у другій половині ХХ в., коли мистецтву їх ведення стали приділяти особливу увагу.

Безсумнівно, переговори – невід'ємний елемент ділових контактів. Успіх ділових переговорів залежить тільки від хорошого знання предмета обговорення й від володіння технікою ведення переговорів, яка навряд може бути представлена у вигляді якогось вичерпного набору готових рецептів. Щоб грамотно й впевнено обумовити, важливо усвідомлювати, де їх специфіка, що ставлять собі учасники на меті, якою є загальна модель переговорного процесу.

Необхідно враховувати й те що, переговори, які відбуваються, як у межах співробітництва, так і в умовах конфлікту, обов'язково передбачають спілкування учасників. Отже, переговорний процес включає перцептивну, комунікативну і інтерактивну сторони (спілкування як сприйняття, обміну інформацією і зміцнення взаємодії). Зневажливе ставлення учасників до котроїсь із цих сторін переговорів створює додаткові перешкоди на шляху до досягнення певних домовленостей і угоди далі.

Переговори – це засіб комунікації і обміну інформації, взаємозв'язок між людьми, призначений для досягнення угоди, коли обидві сторони мають співпадаючі або протилежні інтереси [1, с. 323].

Переговори призначені в основному для того, щоб за допомогою взаємного обміну думками отримати згоду і досягти результатів, які б влаштували всіх його учасників.

Необхідною умовою переговорів має бути наявність певної проблеми. Переговори можуть протікати легко, або напружено, партнери можуть домовитися між собою без зусиль, або не прийти до згоди [1, с. 324].

У зв'язку з різноманітністю переговорів неможливо запропонувати їх точну модель. Узагальнена схема їх проведення представлена Кабушкіним М. І. у вигляді наступних етапів:

1. Підготовка проведення ділових переговорів. Відбір матеріалу, постановка питань.

2. Проведення ділових переговорів. Процес під час якого приймається рішення про успішність або продовження роботи над поставленими завданнями.

3. Рішення проблем (за умови успішного проведення переговорів).

4. Етап підведення підсумків.

У сучасних умовах розвитку засобів зв'язку багато ділових питань можна вирішити оперативно без особистих зустрічей. Зазвичай такі засоби найбільш прийнятні, якщо партнери знайомі і між ними вже встановлені ділові відносини, які допомагають знайти взаєморозуміння. У вирішенні принципових питань і узгодженні умов контракту особисті зустрічі грають виняткову роль [1, с. 325]. Рівень осіб, що беруть участь в переговорах, і їх компетентність є вирішальним чинником при обговоренні принципових питань [1, с. 325]. Проведення ділових переговорів проходить в два основних етапи: 1) вирішення організаційних питань: збирання необхідної інформації про фірму, з якою вирішено співпрацювати (коли і ким була заснована, у яких галузях і на яких ринках веде бізнес, дані про фінансовий стан, обсяги операцій тощо); 2) саме переговори [4, с. 341].

Мова ділового партнера може бути ідеально правильною або з помилками, але вона завжди розкриває картину світу, обумовлену структурою рідної мови. На думку Р. Д. Льюїс англійська мова не використовується для «атак». Англійці вміють бути невизначеними, запобігають конфліктам, завуальовують вирішення проблем [2, с. 68].

Існує кілька спроб класифікації типів діалогу. Так, М. Б. Борисова (відомий вчений філолог) виділяє власне діалог (парний діалог), діалог-суперечку, побутовий діалог, паралельний діалог та полілог. Але слід зазначити, що в даній класифікації відсутні параметри за яким можна їх класифікувати і поєднувати.

М. Й. Конрад (відомий філолог і історик) в основу класифікації видів діалогу поклав цільові відношення між репліками діалогу: «Слухання має певну мету: або одержання певних емоцій, або пізнання чогось; мета впливає на саме слухання, а тим самим на мовця». Він виділяє такі види діалогу: розмову-бесіду, розмову обговорення, розмову-суперечку. Дана класифікація не є досконалою, адже перші два типи розрізняються за характером комунікативної настанови на предмет розмови, останній – за характером відношення до предмета розмови.

Будь які переговори складаються з трьох частин: початок (ініціальна частина), медіальна частина і завершення. Обговорення позицій і точок зору учасників переговорів є важливим в медіальному етапі переговорів. Завдання цього етапу – максимальна реалізація власної позиції. При обговоренні та захисті позицій важливе значення приділяється аргументації. Аргументи учасників переговорів спрямовані переважно на те, щоб обґрунтувати власну позицію чи заперечити партнерові. Ефективність аргументації залежить від правильного добору і використання аргументів, від

рівня розуміння, знань партнерів, від використання партнерами правильної інтонації коректної для певних фраз. При правильному наголошенні і виділенні слів важлива інформація виходить на перший план і є зрозумілою партнерам. Основним результатом етапу обговорення позицій і точок зору повинно бути визначення меж можливих домовленостей [4, с. 343].

На медіальному етапі переговорів інтонаційні показники тону шкали і термінального тону (тобто змінена висота тону голосу на останньому виділеному за смыслом слові) значно відрізняються. Підвищення показників термінального тону свідчить про заміну тема-рематичних взаємозв'язків на рема-тематичні. Рема (нове) виділяється з більшою інтенсивністю. Виділеність є напруженням мовлення, посиленням його емоційної виразності, маркування якогось елементу вислову за допомогою інтонації, повторення, синтаксичної позиції тощо [3, с. 394]. Одна фраза замінюється іншою і кожна несе певну нову інформацію, що і впливає на інтонаційні показники. Медіальна частина переговорів є найбільш напруженою. Перерахування вимовляються з висхідною інтонацією. Закінчення речення не завжди з низпадною інтонацією, а навпаки в більшості випадків з висхідною. Як в англійській так і в українській мовах присутні складні види тонів, а саме висхідно-спадно-висхідний або спадно-висхідно-спадний. Зустрічаються фрази в яких висхідна інтонація і підвищення показників інтонації прослідковуються до кінця фрази. Щодо рівня шкали слід відмітити те, що в українській мові це найчастіше низька шкала, а в англійській середня і низька. В англійській мові широкі перепади в одній фразі інтонаційних показників, а саме – тон, що змінює темпоральні показники і показники інтенсивності. Найчастішим є використання спадно-висхідно-спадного тону в обох досліджуваних мовах. На медіальному етапі переговорів слід зазначити певні розбіжності в показниках щодо гендерного аспекту. Інтонація вимовляння фраз чоловіками є більш чітким і шкала низька, темп повільніший. Вимовляння фраз жінками – шкала середня, більш складні інтонаційні моделі, що впливає на показники дослідження.

Розповідні речення в українській мові на відміну від англійської характеризуються розміщенням максимальної амплітуди інтенсивності головним чином на початку і у межах першого повнозначного слова. Однак є речення в яких амплітуда інтенсивності може досягати максимальної величини на двох або більше складах. Тобто в українській мові прослідковується чітке визначення структурної позиції максимальної амплітуди інтенсивності і її функціонального значення. Більша інтенсивність фраз визначає тематичну частину висловлення і менша – рематичну. Найуживанішими тонами є висхідно-спадний, а також рівна та ковзна шкали. Відчуттю «впевненості» притаманні низькі спадні на низькі-висхідні ядерні тони, помірний темп та висока гучність.

Переговори відносять до підготовленої заздалегідь розмовної форми мови. До фонетичних особливостей англійської розмовної мови належать також правильний поділ потоку мовлення на смислові відрізки, паузи, які виділяють думку, роблять мову виразнішою й чіткішою. Як відомо, спонтанне мовлення розпадається на відрізки, різні за довжиною, та на еле-

менти, перервані паузами різної довготи. Розрізняють три види пауз: паузи дихання, лінгвістичні та паузи хезитації, які складають 50 % усіх пауз в усному мовленні. Паузи хезитації дуже важливі і для співрозмовників, і для слухачів, оскільки під час таких пауз співрозмовник не тільки створює схему й задум висловлювання, але й здійснює синтаксичний і лексичний відбір, тобто співрозмовник поєднує процес говоріння з випереджальним плануванням. Паузи хезитації різні за довготою: вони довші, якщо потрібно зробити логічні висновки або оцінити певні події, тобто паузи стають більшими залежно від збільшення труднощів екстралінгвістичного характеру. Паузи так само важливі й для слухачів через те, що вони виділяють думку, роблять мовлення чіткішим і зрозумілішим. Присутність пауз під час проведення медіального етапу переговорів є показником присутності висновків, загостреності обговорення питань. Підкреслюючи значення пауз для слухача слід зазначити, що довгота пауз між синтагмами важливіша, ніж темп вимови слів у синтагмі. Чим довша синтагма, тим важче її утримувати в пам'яті. Під час пауз між синтагмами слухачі повторюють те, що вони сприйняли, закріплюючи почує. При синтагмах з 8–10 слів слухач під час пауз ніби «переварює» матеріал, пов'язуючи його з тим, що він уже чув і певною мірою передбачає те, що ще почує. Розмовна мова завжди емоційна й поєднує всі компоненти інтонації: мелодійність, довготу, інтенсивність, чіткість вимови, зміну тону. Так, високий рівень початку речення слугує своєрідним сигналом смислового напруження в тексті. Повільний темп вимови певної частини повідомлення слугує сигналом для привернення уваги аудиторів саме до цієї інформації як найважливішої, і, навпаки, прискорений темп є показником аудиторів про другорядність, незначущість інформації, що надходить.

Велику роль відіграє інтонація англійської розмовної мови, яка відзначена різноманітністю засобів. Різні компоненти інтонації – наголос, паузи, поділ на синтагми – відображають особливості синтаксису розмовних побудов. У розмовній мові роль інтонації зростає у зв'язку з тим, що їй часто доводиться власними засобами заповнювати відсутні елементи речення. Інтонація є єдиним виразником комунікативного типу речення: *You like it?* Тоді подобається це? (висхідна інтонація свідчить про поставлене запитання). Та сама фраза, але вимовлена з низхідною інтонацією наприкінці речення і з наголошенням слова «подобається» – констатує факт, того, що у людини є певні уподобання і свідчить, що дане речення є стверджувальним. Наголошення слова – «тобі (ти)» (висхідна інтонація) – означає, що саме тобі, а не комусь іншому це подобається. У цих випадках використовують найвиразніші інтонаційні засоби, зокрема верхній підйом із подальшим падінням: *Номе* – вдома (висхідно-спадний тон або спадний) – завершеність фрази, вираження наче полегшення, що хтось вдома (нарешті). При вимові слова «Вдома» – висхідна інтонація заповнює пропущені частини речення: *'Are you 'going home?* Ти йдеш додому? – яке в повному складі вимовляють з нижнім підйомом. У відповіді на запитання, яке виражене одним словом, підйом із подальшим падінням заповнює відсутнє слово – *even* (навіть) – *Do you weigh 80 kgs?* – Ти важиш 80 кг?

More – Більше. За наявності слова «*even*» інтонаційний малюнок спрощено: це речення оформлене верхнім падінням. *Even 'more* – Навіть більше. Багато дослідників зауважують, що спрощення складу речення призводить до ускладнення інтонаційного малюнка фрази. Аналіз відношень між комунікативними типами речень та інтонаційними структурами англійської розмовної мови свідчить, що кожен комунікативний тип речення (ствердження, питання, вигук) виявляється не в одній, а в кількох інтонаційних структурах. У кожному конкретному випадку інтонаційна структура надає реченню певного відтінку в значенні. Саме медіальна частина переговорів перенасичена даними інтонаційними моделями. Інтонація не ускладнює, а значно полегшує розуміння англійської розмовної мови на слух. Розмовна мова завжди емоційна й поєднує всі компоненти інтонації: мелодійність, довготу, інтенсивність, чіткість вимови, зміну тону. Так, високий рівень початку речення слугує своєрідним сигналом смислового напруження в тексті. Повільний темп вимови якоїсь частини аудіо повідомлення слугує сигналом для привернення уваги аудиторів саме до цієї інформації як найважливішої, і, навпаки, темп скоромовкою сигналізує аудиторів про другорядність, незначущість інформації, що надходить. Логічний наголос привертає увагу до найважливішої, з погляду співрозмовника, інформації. Явища хезитації зменшують кількість сприйнятої інформації й подовжують паузи, надаючи додаткового часу для засвоєння прослуханого. Для спонтанних висловлювань характерним є повторення слів і поправки, наприклад: *the, the, the people...*, неправдиві початки та інші хезитаційні явища, заповнювачі пауз, наприклад: *the erawi... with era you know transcontinental jets...* В українській мові хезитаційні паузи заповнюються «звуками-паразитами» типу «е», «м». Групу явищ, не пов'язаних зі змістом, поділяють на дві категорії: 1) різноманітні явища, неправдиві початки тощо; 2) слова та фрази, які не стосуються власне змісту висловлювання, наприклад: *you know, sort of, so to speak, well, you see, I mean to say etc.* Ці явища створюють перешкоди у сприйнятті та розумінні спонтанного мовлення.

В англійській мові під час ділових бесід найбільше присутні питання без займенників, основна ціль яких перевірити з перших вуст достовірність інформації, якає відомою тому, хто запитує. В цьому виді питань відсутні питальні слова тому зміст даних питань можна передати лише за допомогою інтонації і порядку слів в реченні. Основна функція даних питань уточнення тому по формі вони можуть бути чи стверджувальними чи заперечними. Порівнюючи інтонацію таких питань в українській і англійській мовах можна сказати, що особливості спричинені тим, що в українській мові дані питання частіше за все будуть вимовлятися зі спадною інтонацією, але якщо дана інформація не є перевіреною то з висхідною, а в англійській з висхідною. Порівняємо два речення:

«На Вашій фірмі працює 340 людей і Ви 'ще 'запрошуєте співробітників. 'Чи не так?».

«*We 'all know that you 'work here for 12 years. Is that true? It's a long period of time?*».

В першому реченні українською мовою ми чітко прослідковуємо наголошені слова: *вашій, фірмі, ще*, які вимовляються з більшим наголошенням. Інтонація

змінюється з висхідної до низхідної і перед сполучником «і» підвищується. Наступне речення уточнення починається з низької шкали і наступне слово вимовляється з тією самою інтонацією і лише на останньому слові підвищується. В англійській мові наголошеними словами є *all*, *work* які так само як і в українській мові є наголошеними. Але на відміну від української мови, в якій перепитування починається з низького рівня і завершається висхідним тоном, то в англійській присутній складний вид інтонації саме спадно-висхідний і лише на одному слові *true*.

Структура діалогу і окремих його реплік, виразів певною мірою пов'язана з контекстно-ситуативними умовами мовлення. Так, як кожен мовець використовує конструкції, що існують у мові і відомі спів-

розмовникам, їх взаєморозуміння стає можливим. В залежності від умов спілкування по-різному проявляються такі особливості діалогу, як багатобарвність лексичних засобів та граматичних форм реплік, широкий діапазон експресивного вираження, варіативність і різноманітність інтонаційної організації і інтонаційного забарвлення.

Медіальний етап ділових переговорів є найважливішим серед етапів. Присутні інтонаційні конструкції допомагають відрізнити тему від реми, виділити важливість певної інформації, привернути увагу до конкретних моментів. Паузи слугують для поділу потоку інформації на частини, для відтворення і повтору певного матеріалу під час заслуховування доповідача.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кабушкин Н. И. Основы менеджмента: учебное пособие. – 5-е изд., стереотип / Н. И. Кабушкин. – М. : Новое знание, 2002. – 336 с.
2. Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Р. Д. Льюис. – М., 2001.
3. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов / Д. Э. Розенталь. – М. : Просвещение, 1985. – 394 с.
4. Сладкевич В. П., Чернявский А. Д. Сучасний менеджмент організацій. – К. : МАУП, 2007. 13. – 488 с.
5. Шевчук С. В. Ділове мовлення. Модульний курс : [підручник]. – 3-тє вид. / С. В. Шевчук. – К. : Видавництво «Арій», 2006. – 448с.
6. The Toynbee – Ikeda Dialogue. Man Himself Must Choose. – N. Y., 1982.

О. О. Головнева-Коппа,

Черноморский государственный университет имени Петра Могилы, г. Николаев, Украина

ПРОСОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МЕДИАЛЬНОГО ЭТАПА ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Деятельность предприятий, фирм, корпораций насыщена многоплановыми связями с партнерами, и поэтому иногда возникают разные проблемы, решение которых предполагает взаимодействие с другими производственными или финансовыми структурами. Правильно организовать такое взаимодействие можно только с помощью хорошо подготовленных и эффективно проведенных деловых переговоров. Возникает потребность в освоении науки и искусства подготовки и проведения деловых переговоров. Данная статья посвящена исследованию особенностей медиального этапа деловых переговоров в английском и украинском языках, основным характеристикам переговоров. Рассмотрены особенности понятия переговоров, указаны этапы и классификация переговоров различными учеными.

Ключевые слова: деловые переговоры; просодика; терминальный тон; диалог; полилог; тема-рематические связи.

О. О. Holovnova-Koppa,

Petro Mohyla Black Sea State University, Mykolayiv, Ukraine

PROSODIC FEATURES OF THE MEDIAL STAGE OF THE BUSINESS NEGOTIATIONS IN ENGLISH AND UKRAINIAN LANGUAGES

Modern society and modern people lead business negotiations every day and this sphere is still not fully discovered. The article is focused on the peculiarities of prosodic features of the middle stage of business negotiations in Ukrainian and English languages. Intonation is an important and integral factor of the intensity and effectiveness of business negotiations. All negotiations are divided into three parts: initial, medial and final. Each part has its own features of information and is sufficiently different from each other. The topic of the article is business negotiations and their peculiarities. The purpose of the article is to show how important is it to know about all necessary elements of negotiations. Effective communication provides the ladder for becoming a leader in life and business so that's why communication skills are very important in our life. The information given in the article can be used in future researches in the sphere of phonetics.

There is a great need for the development of the science and art of preparing and conducting business negotiations. This article deals with the features of the medial stage of business negotiations in the English and Ukrainian languages, the main characteristics of the process of negotiation. The features of the notion negotiations are considered, the stages are indicated and classification of negotiations is given by various scholars.

Keywords: business negotiations; prosody; terminal tone; dialogue; tempo; theme and rhyme connections.