

каждой специализации журналистики и найдут применение на практике в процессе обучения иностранному (английскому) языку.

**Людмила Курчак**

*Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)*

## **ЦЕЛЬ И ОЦЕНКА КАК ЗНАЧИМЫЕ КАТЕГОРИИ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ДИСКУРСА ПЕРЕГОВОРОВ**

Современная жизнь предполагает ежедневное участие человека в переговорах. Будь то покупка или продажа акций компании, обсуждение повышения заработной платы, отстаивание своих интересов в семье с родителями или супругами или покупка очередного телефона. «Переговоры – это основной способ добиться от окружающих того, чего вы хотите. Это способ общения, направленный на достижение согласия в ситуации, когда у вас и у другой стороны есть общие интересы, но в то же время есть и противоположные» [2, с. 13]. Профессиональная деятельность журналиста подразумевает знания всех последних достижений науки в данной сфере и их активное использование. Очевидно, что кто-то обладает даром в разрешении спорных ситуаций, однако без знаний, практик и тренировок подобная деятельность, как в спорте, обречена на провал.

Дискурс деловых переговоров находится под пристальным вниманием лингвистического сообщества. Доказательством является тот факт, что специально собирается корпус текстов данного типа дискурса для изучения (CANBEC – Cambridge and Nottingham Business English Corpus). На основании корпуса изучается специфика жанра деловых переговоров. CANBEC представляет собой тексты переговоров 64 компаний, в основном из Великобритании, континентальной Европы и Японии, занимающихся производством (фармацевтика, транспорт, промышленное оборудование), оказанием услуг (сферы гостиничного и ресторанного бизнеса), информационными технологиями и финансами. Собранный корпус позволяет проводить как количественные, так и качественные исследования. Наибольшую ценность здесь представляют выводы статистического плана, которые построены на поиске ключевых слов, линейных кластеров (concordance analyses) и дискурс-анализе [3].

Однако корпус текстов не включает переговоры компаний нашего региона (Беларуси, России, Украины). Мы постарались изучить, что является актуальным для белорусских компаний, работающих на экспорт. Однако оказалось трудным получить материал для исследования. Автор данной работы воспользовался своим опытом внешнеэкономической

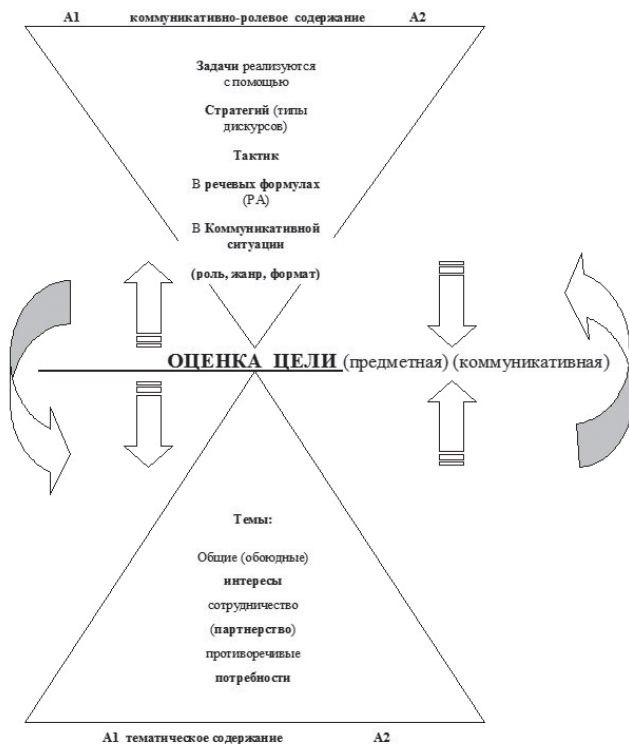
деятельности и возможностями записать переговоры белорусской компании со своими партнерами. Осмыслить профессионально освоенный дискурс с перспективы исследователя-лингвиста, нейтрального, не вовлеченного в данный тип дискурса специалиста – задача, которую мы перед собой поставили [1].

В основу нашего исследования легли основные принципы каузально-генетической теории [4, с. 5–14]. В результате проделанной работы мы построили статические и функциональные модели содержания дискурса переговоров. Статические модели включили в себя все значимые элементы, которые мы увидели в процессе изучения дискурса переговоров, нашли им место и определили их суть. Функциональная модель – это модель, которая определяет удельный вес, а значит, и функцию каждого компонента, который составляет модель. Здесь (см. рисунок) переосмысливаются составляющие через их целевые установки. Следующие дискурс-категории являются составляющими функциональной модели содержания дискурса деловых переговоров, которые выступают в единстве, балансировке и взаимопроникновении, они заставляют модель «дышать, пульсировать». Объединяющие и разрывающие предмет-ориентированный и субъект-ориентированный аспекты содержания: «цель» (предметная, коммуникативная), ее составляющая – «миссия» (поиск взаимного общего), эмоциональная и рациональная, немедленная и отсроченная, положительная и отрицательная, качественная и количественная «оценка» обоюдных интересов, противоречивых потребностей, реального и возможного сотрудничества. Каждый треугольник содержания тематического или коммуникативно-ролевого (см. рисунок) представлен соответственно отдельным пластом содержания. Функциональная модель дискурса переговоров подчеркивает подвижность дискурса. На поверхности переговоров может оказаться любой пласт содержания в зависимости от целей и оценок участников коммуникации [1].

Далее хочется обратить внимание на важный момент полученных результатов. В профессиональной коммуникации очень важно контролировать фокус внимания. Именно он помогает реализовать эффективную коммуникацию. Тот, кто понимает и умеет переключать фокус внимания (свой и собеседника), управляет коммуникацией. В дискурсе деловых переговоров это категории «цель» и «оценка».

Научная новизна исследования заключается в комплексном функциональном анализе дискурсов, порождаемых в естественных условиях деловой коммуникации. Научная значимость данной работы состоит в

расширении и уточнении понятийного аппарата лингвистики дискурса, в дальнейшей разработке проблем прагмалингвистики и риторики делового общения, в глубинном изучении разновидности институционального дискурса на примере переговорного процесса.



Функциональная модель ДДП

#### Бібліяграфічныя спасылкі

1. Курчак, Л. В. Дискурс деловых переговоров: опыт анализа / Л. В. Курчак. – Минск : БГУ, 2012. – 127 с.
2. Фишер, Р. Переговоры без поражения. Гарвардский метод / Р. Фишер, У. Юри, Б. Паттон. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 272 с.
3. Handford, M. The language of business meetings / Michael Handford. – Cambridge University Press, 2010. – 271 p.
4. Oukhvanova, I. Discourse linguistics and beyond. Current approaches in Eastern Europe / I. Oukhvanova [and contributors]. – Berlin : Sprachlit, 2017. – 347 p.