УДК 81'27
DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-1-120-131

Основные компоненты коммуникативной ситуации деловых переговоров

А. О. Столярова

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова
Москва, Россия*

Аннотация

В статье раскрываются понятия коммуникативной ситуации, бизнес-дискурса и деловых переговоров, а также рассматриваются особенности функционирования данных понятий. В фокусе же данной статьи находится художественное отражение коммуникативной ситуации деловых переговоров в американских кинофильмах, представляющее интерес в рамках бизнес-дискурса. Учитывая активное внимание современной лингвистики к институциональному дискурсу в общем и бизнес-дискурсу, в частности, необходимость детального изучения функционирования профессиональных дискурсов различных практик представляется актуальной. В данном исследовании на конкретных примерах из американских кинофильмов проводится анализ ситуации деловых переговоров. За основу взята компонентная структура коммуникативной ситуации, разработанная Т. ван Дейком (2008), включающая шесть основных элементов, присущих любой ситуации общения. В процессе исследования были применены: метод анализа визуального материала (позволивший рассмотреть сцены из кинофильмов в виде качественного источника данных, главным образом о невербальном аспекте коммуникации), интерпретационно-текстовый метод (позволивший рассмотреть типичные модели поведения участников деловых переговоров), метод сплошной выборки (позволивший выделить языковые единицы, указывающие на личностные характеристики коммуникантов) и метод дискурс-анализа (позволивший выявить дискурсивные характеристики беседы в рамках деловых переговоров). В результате исследования удалось подтвердить наличие выделенных Т. ван Дейком компонентов в художественном отображении ситуации деловых переговоров, рассмотреть и описать их функции, и ответить на основные вопросы: кто выполняет роль коммуникантов в ситуации переговоров, какого рода отношения развиваются между ними, какие темы речевых сообщений характерны для исследуемой ситуации, в чём выражены речевая-коммуникативная и внеречевая деятельность коммуникантов.

Ключевые слова

коммуникативная ситуация, бизнес-дискурс, деловая коммуникация, деловые переговоры, кинодискурс, структурный анализ

Для цитирования

Столярова А. О. Основные компоненты коммуникативной ситуации деловых переговоров // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т. 18, № 1. С. 120–131. DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-1-120-131

Key Components of Communicative Situation of Business Negotiations

Anastasiia O. Stolyarova

*Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russian Federation*

Abstract

The following article considers the concepts of communicative situation, business discourse and business negotiations, as well as the specificity of their functioning. The research focuses on the cinematographic representation of commu-

© А. О. Столярова, 2020

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. Т. 18, № 1
Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2020, vol. 18, no. 1

nicative situation per se, which is of great interest within the field of business discourse. Taking into account sustained attention of present-day linguistics to institutional discourse in general and business discourse in particular, the need for a detailed study of the functioning of professional discourse seems quite urgent. As examples of the present study scenes of business negotiations from several American films were taken. The research rests on the componential structure of the communicative situation developed by Teun A. van Dijk (2008), which includes six basic elements inherent in any communicative situation. During the study, the following methods were applied: visual material analysis (which allows of considering a scene from a movie as a qualitative source of data, mainly in terms of non-verbal communication), method of text interpretation (which allows a researcher to single out typical patterns of behavior of businessmen during negotiations), continuous sampling method (which helps to identify language units that indicate personal characteristics of interlocutors) and a method of discourse analysis (allowing to distinguish discursive characteristics of business negotiations). As a result of the research, the presence of the components of the communicative situation identified by Teun A. van Dijk in situations of business negotiations in cinematography was confirmed. The functions performed by these components were analyzed, and the answers to the following questions were given: who performs the role of interlocutors in the situation of business negotiations, what kind of relations they hold, what message topics are common for a situation of negotiations, what are the key features of the speech and non-speech activity of business negotiations.

Keywords

communicative situation, business discourse, business communication, business negotiations, film discourse, structural analysis

For citation

Stolyarova, Anastasiia O. Key Components of Communicative Situation of Business Negotiations. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2020, vol. 18, no. 1, p. 120–131. DOI 10.25205/1818-7935-2020-18-1-120-131

В современном мире рыночные и социальные отношения стабильно идут рука об руку, что заставляет лингвистов активнее, чем раньше, изучать процессы деловой коммуникации. Многие люди, даже не являясь частью делового мира, находят важным умение применять в своей речи тактики и приемы, которыми активно пользуются представители бизнес-дискурса, а также глубже понимать процесс функционирования элементов коммуникативной ситуации. Этот факт обуславливает необходимость ее разложения на основные компоненты и подробного анализа каждого из них. В настоящей статье проводится анализ коммуникативных ситуаций деловых переговоров, отображенных в американских кинофильмах, т. е. зафиксированных в виде киноскриптов.

Коммуникативную ситуацию определяют по-разному. Мы будем придерживаться подхода лингвистов Л. Л. Славовой [2000] и Г. Б. Филимоновой [2002], которые под этим термином подразумевают комплекс идеальных (лингвистических и экстралингвистических) и материальных (собственно физических) факторов, взаимодействие которых в результате порождает речевое высказывание. Формирование коммуникативной ситуации обусловлено желанием одного индивида передать или получить информацию от другого. Важно при этом понимать, что любое общение реализуется в первую очередь в рамках социальной ситуации, и именно социальные условия, окружение и обстановка беседы определяют тип дискурса (который представляет собой «глубокую структуру человеческого мышления, восприятия и речи» [Bühnman, Schneider, 2008, p. 12]), характеризующего данную конкретную ситуацию, и именно он обуславливает выбор определенных лексических, грамматических и просодических средств данной беседы. В общем понимании, коммуникативной ситуацией принято обозначать отраженный в языке отрезок реальной действительности; это совокупность внешних условий и обстоятельств, совместно с внутренними состояниями коммуникантов, в которых протекает акт коммуникации.

На текущий момент проведены исследования следующих коммуникативных ситуаций: соперничества (И. И. Савчук [2007]), изменения матримониального состояния (В. В. Якуба [2006]), конфликта (О. С. Волкова [2008]), приглашения (И. С. Егорова [2013]), нарушение акта коммуникации (Л. Л. Славова [2000]), извинения (Ю. В. Туфанова [2010]) и пр.

Выделить основные компоненты коммуникативной ситуации удалось Т. ван Дейку. Говоря о дискурсе, автор отмечает, что он включает определенную картину, именуемую комму-

никативной ситуацией, которая демонстрирует действия, свойства и отношения предметов или людей [Dijk, 2008]. Таким образом, ситуация в понимании лингвиста – это демонстрация отношений между объектами действительности; отрезок жизни, в котором под влиянием экстралингвистических факторов осуществляется процесс симбиоза речевой и предметной деятельности субъекта, в результате которого производится финальный продукт – речевое сообщение. Составным элементом коммуникативной ситуации является коммуникативный акт, состоящий лишь из трех элементов: адресант, само сообщение и адресат. Основными же компонентами коммуникативной ситуации являются следующие:

- 1) коммуниканты;
- 2) отношения между коммуникантами;
- 3) текст как речевое сообщение;
- 4) речевая, т. е. коммуникативная, деятельность коммуникантов;
- 5) внеречевая деятельность коммуникантов;
- 6) внешние компоненты внеречевой деятельности коммуникантов.

Наличие как минимум двух коммуникантов является безусловным компонентом коммуникативной ситуации, учитывая, что сообщение должно быть передано адресантом и воспринято адресатом, чтобы обусловить создание акта коммуникации. Взаимодействие между адресатом и адресантом формирует установление определенных отношений между ними, что стимулируется личными целями, мотивами и установками коммуникантов. При этом важно понимать, что основная функция коммуникации заключается в координации деятельности людей посредством знаков, а главной движущей силой коммуникации является стимул познания или коммуникативно-познавательная мотивация. Данная мысль подкрепляет важность четвертого компонента коммуникативной ситуации – речевой деятельности участников общения. Речевыми и языковыми факторами являются стиль и жанр речи, индивидуальные речефизиологические особенности и идиостиль, регистр, форма коммуникации (устная / письменная, монологическая / диалогическая), языковая грамотность, особенности языка, на которых протекает процесс коммуникации. Не обходится коммуникативная ситуация и без внеречевой деятельности, которая позволяет участникам разговора реализовать свои неречевые (предметные) намерения и скоординировать речевую деятельность, т. е. облечь мысли в словесную форму. Соотношение речевых и внеречевых компонентов невозможно без влияния экстралингвистических факторов – своеобразного связующего звена между предметной и речевой деятельностью субъекта. К экстралингвистическим факторам относятся: обстановка, в которой происходит процесс общения, национально-культурная специфика речи коммуникантов, их взаимоотношения, культурные и этические нормы общения.

Шесть приведенных выше компонентов коммуникативной ситуации составляют замкнутую систему, в которой от каждого элемента зависит успешность протекания самого процесса и его конечный результат. Изучая подобный механизм, тщательному анализу должна подвергнуться каждая его деталь. Для качественного анализа такого явления, как коммуникативная ситуация, необходимо располагать определенным набором параметров. Уникальность каждой ситуации делает невозможным подсчитать их количество, однако можно выделить ряд специфических черт и характеристик, на основе которых становится возможным разграничить ситуации.

В данной статье рассматривается коммуникативная ситуация из области бизнес-дискурса, или дискурса предприятия [Gunnarsson, 2005], а именно ситуация деловых переговоров, отобранная в продукте кинодискурса, т. е. в кинофильме. Пользуясь обобщенным определением Г. Кеннеди, деловые переговоры – это вид деловой коммуникации, направленной на достижение корпоративных целей и урегулирование профессиональных конфликтов [Kennedy, 1997]. Как правило, в акте переговоров принимают участие как минимум две стороны; основной целью является достижение консенсуса, приемлемого для каждой из них.

Язык переговоров относится к области институционального, а конкретнее – бизнес-дискурса [Trosborg, Jorgensen, 2005]. Бизнес-дискурс – это область общения представителей биз-

несреды, которые используют язык для достижения корпоративных и профессиональных целей. Проще говоря, это тот язык, который используют сотрудники коммерческих предприятий для выполнения своей работы [Bargiela-Chiappini et al., 2007]. Он применяется в качестве языка повседневного общения в компаниях, фирмах, на предприятиях. Именно благодаря использованию языка делового общения сотрудники и достигают предметных результатов в виде создания товаров / услуг, а вместе с тем и особого мира их обособленной и уникальной корпоративной среды [Wolf, 2010]. Основными характеристиками бизнес-дискурса являются корпоративность (черта принадлежности говорящих к единому обществу при наличии единых профессиональных целей, ценностей, убеждений), конвенциональность (процесс использования определенного набора языковых клише и шаблонных фраз, узконаправленных терминов, грамматических и лексических оборотов при выполнении стандартных деловых процедур, таких как ведение переговоров, бесед и совещаний, подписание контрактов, ведение деловой переписки и телефонных разговоров), формальность (уважение статусно-ролевых отношений, субординации, стиля и регистра общения) [Иванова, 2015] и ритуальность (выполнение стандартных деловых процессов по определенной схеме).

В настоящем исследовании мы рассматриваем бизнес-дискурс в условиях кинодискурса, проще говоря, ситуации деловых переговоров в кинофильмах. Кинодискурс – «это связный текст, являющийся вербальным компонентом фильма, в совокупности с невербальными компонентами – аудиовизуальным рядом этого фильма и другими значимыми для смысловой завершенности фильма экстралингвистическими факторами» [Зарецкая, 2010. С. 7], включающий вертикальный контекст и прецедентные дискурсы. Являясь самодостаточным объектом лингвистических исследований, кинодискурс представляет собой обширный и репрезентативный источник языковых данных и примеров коммуникативных ситуаций, адекватно отображающих и имитирующих реальное общение. Мы разделяем идею о рассмотрении фильма как текста с присущими киноязыку особенностями стилистики, грамматики и лексики [Кислицына, Службина, 2018], и считаем необходимым очертить основные различия между реальной ситуацией переговоров и ее художественным воссозданием.

Во-первых, в кинодиалогах возникает необходимость включения большего объема информации в реплику по причине двойной направленности диалогов в кино: адресант обращается не только к художественному адресату, но и к зрителю. В реальных же диалогах коммуникантам не всегда нужно повторять то, что собеседник и так уже знает [Kozloff, 2000]. В художественном отражении ситуации деловых переговоров эта черта проявляется, к примеру, при зачитывании пунктов контракта вслух или проговаривании условий договора для того, чтобы ввести в курс дела также и зрителя.

Во-вторых, в силу ограниченного хронометража кинокартин, диалоги, как правило, сжаты. Именно по этой причине в ситуации переговоров на экране, кадры, не представляющие интерес для зрителя (чтение контракта, детальное обсуждение каждого пункта, заполнение бумаг и т. п.), часто опускаются. После монтажа остаются сцены, наиболее эмоционально демонстрирующие основную суть и исход переговорного процесса: изложение повестки встречи, брейнсторминг, споры, вынесение результатов обсуждения и т. п.

В-третьих, в отличие от реальных диалогов в ситуации деловых переговоров кинодиалогам присуща некоторая доля драматизации и образности, причиной чего является сама природа жанра кинематографа, характер сюжета, суть сценария, замысел режиссера и искусственно созданные образы героев. Это означает, что традиционно присущие официально-деловому стилю общения сухость и лаконичность нередко уступают место идиоматичным, эмоционально насыщенным разговорам.

В-четвертых, в силу жанра диалоги в кино обладают лишь «относительной самостоятельностью» [Горшкова, 2006, с. 140]. Полное и точное восприятие сцены возможно только в тандеме с аудиовизуальным сопровождением, что увеличивает долю имплицитности в кинодиалогах [Колодина, 2013].

Итак, взяв за основу основные компоненты коммуникативной ситуации, выделенные Т. ван Дейком, можно описать каждый из них, применительно к ситуации деловых переговоров в рамках бизнес-дискурса.

1. В роли коммуникантов выступают две противоположные стороны, представляющие разные компании, фирмы, предприятия, отделы и департаменты, филиалы и даже страны. Однако, как было сказано выше, основной целью переговоров является стремление достичь корпоративные цели, урегулировать спорные вопросы и в итоге прийти к решению, приемлемому для обеих сторон. И немалую роль здесь играет конкретное построение деловой коммуникации. В случае если переговоры проходят между представителями разных национальностей и культур, косвенными коммуникантами выступают приглашенные переводчики.

2. Отношения между коммуникантами, как правило, носят сугубо деловой характер, подчиняющийся общепринятым правилам вежливости и корректности. Участниками переговоров могут быть как представители советов директоров или иные репрезентанты руководящих должностей, так и другие специалисты, компетентные в рассматриваемом на переговорах вопросе, помощники, советники, заместители и пр. Неизменным атрибутом процесса являются соблюдение субординации и уважение статусно-ролевых отношений. Что же касается деловых отношений между представителями разных полов, то во многих современных иностранных и российских компаниях действует политика нетерпимости к завязыванию романтических отношений на работе, поэтому любое проявление излишней симпатии и выход за рамки сухого и предметного стиля коммуникации может быть расценено как сексуальное домогательство.

3. В качестве текста – речевого сообщения на переговорах – может выступать деловое предложение, изложение проблемы профессионального характера или словесная формулировка предмета конфликта. Один из этих пунктов играет роль отправной точки, а весь дальнейший процесс строится на обмене идеями и мнениями в ответ на предложение или на объяснениях в ответ на обвинение.

4. Речевая деятельность участников переговоров заключается в построении беседы, в которой обе стороны обладают равным правом на высказывание и защиту интересов своей компании и своих собственных. Любые переговоры можно сравнить с диалогом в форме вопросов и ответов, поэтому коммуникация здесь выстраивается по принципу игры в мяч: вопрос – ответ, предложение – принятие / отторжение, обвинение – защита / нападение. Инициативой (или мячом), очевидно, обладает тот, кто задает вопросы, выдвигает предложения и обвинения. Язык переговоров устный и диалогический, использование средств выразительности ограничено. Речь участников деловых переговоров предполагает лингвистическую грамотность, низкий уровень эмоциональности, определенную сухость и сдержанность изложения, применение специальной терминологии, клишированных фраз и ритуальных элементов (приветствие, знакомство и представление всех участников переговоров, краткая беседа на общие темы (small talk), шутка, комплимент, собственно переговоры, вердикт, прощание). Однако, как мы уже упоминали, специфика кинематографического жанра диктует свои правила.

5. Как известно, внеречевые элементы коммуникации призваны усилить выразительность и эмоциональность речи, которые бизнес-дискурсу присущи лишь в малой степени. Именно по этой причине внеречевая или изобразительная деятельность участников переговоров относительно скудна: коммуниканты сидят за столом переговоров в схожей позе лицом друг к другу, их жестикуляция лимитирована, так же, как и, в определенной степени, мимика. Объем использования внеречевых элементов зависит от третьего элемента данной системы – речевого сообщения. Чем эмоциональнее тема переговоров (например, улаживание корпоративного конфликта в противовес сухому изложению делового предложения), тем активнее коммуниканты прибегают к внеречевым элементам коммуникации (например, жестикуляция). Сами по себе переговоры являются эмоционально насыщенным процессом, что делает подобные сцены привлекательными для кинозрителя.

6. Классические деловые переговоры, как правило, проходят в зале переговоров или заседаний, на территории одной из сторон. Как и в любом типе коммуникации, участники переговоров обязаны соблюдать культурные и этические нормы общения, обладать навыками межкультурной деловой коммуникации, в случае если в качестве второй стороны выступают иностранные бизнесмены, и уважать национально-культурную специфику речи противоположной стороны.

Таким образом выглядит классическая ситуация деловых переговоров. Однако в современном мире, где вертикальная структура менеджмента уступает дорогу горизонтальной, нередко можно встретить ситуацию переговоров с полуофициальным стилем общения и организацией пространства.

В качестве примеров для анализа в данной статье используются укороченные ситуации деловых переговоров из следующих американских кинофильмов.

1. «Wall Street», режиссер Оливер Стоун (1987), получивший «Оскар» и «Золотой глобус» за лучшую главную мужскую роль финансиста-миллиардера Гордона Гекко. Фильм повествует о молодом биржевом брокере Баде Фоксе, стремящемся преуспеть на Уолл-Стрит.

2. «The Most Violent Year», режиссер Джей Си Чендор (2014), признанный лучшим фильмом года, по версии Национального совета кинокритиков США, рассказывающий историю бизнесменов Эйбела Моралеса и его жены Анны, стремящихся вести честный бизнес в эпоху разгула преступности в 1980-е гг. в США.

3. «The Big Short», режиссер Адам Маккей (2015), заслуживший премию «Оскар» и посвященный истории нескольких финансовых аналитиков, успешно сыгравших на понижение курса ипотечных облигаций во время финансового кризиса 2014 г.

Первая анализируемая ситуация демонстрирует ситуацию переговоров между Гордоном и Бадом, с одной стороны, и представителями (одним из которых является отец Бада Карл Фокс) авиакомпании *Bluestar*, с другой (Дункан Вилмор, Тони Карпентер и стюардесса Каролин). На повестке дня – предложение мистера Гекко купить акции авиакомпании. Присутствующих шесть человек, все говорят на английском языке, а очевидный американский акцент каждого из говорящих дает основания полагать, что персонажи являются американцами. Этот вывод можно сделать в первую очередь благодаря фонетическим, а также лексическим особенностям речи: *modest* ['ma:dist], *unprofitable* [ʌn'prɔ:fɪtəbl], *profitability* [ˌprɔ:fɪtə'bɪləti], *contest* ['kɔ:ntest], *twenty* ['twenti], *thirty* ['θɜ:rti], *not enough* [ˌnɒt ɪ'nʌf], *expand* [ɪk'spænd], *what I hear so far* [ˌwa:ɪ aɪ 'hɪr sɒʃ fɑ:], и присущее американскому варианту английского языка обилие слов и фраз *guy*, *come on*, *I mean*.

Стороны переговоров не знакомы друг с другом (кроме Бада с Карлом, находящихся в близких родственных отношениях «отец – сын»), поэтому первостепенным ритуалом встречи является знакомство коммуникантов:

Bud: Hi, Dad.

Karl: Hello, son. Sorry I'm late.

Bud: It's O.K. Dad, you know Duncan Wilmore.

Karl: Since before you were born.

Bud: Toni Carpenter, flight attendants.

Karl: How are you?

Bud: And I'd like you to meet Mr. Gekko.

Отношения участников носят сугубо деловой характер, что становится ясным, судя по отсутствию в разговоре иных тем, помимо предмета встречи и сухих формулировок интересующих вопросов.

В качестве речевого сообщения выступает предложение Гордона Гекко купить акции авиакомпании:

Gordon Gekko: Mr.Fox. I'd be proud to have a son like Buddy. Ok look, I got no illusions about winning a popularity contest with any of you. It's not the popular guy who gets the job done. You got losses of \$20 to \$30 million, dividends cut to zero, and you're being squeezed to death by the majors. Present management may not be the worst scum, but they're the guys that put you on this kamikaze course. Pretty soon, everybody will be scram-

bling for parachutes, only there's not enough to go around. Management has them. You don't. Now, if they throw Bluestar to Chapter 11, which I think they will, then they'll use bankruptcy laws to break your unions, your contracts, and throw you guys off the property”.

Dunkan: Oh, come on Mr. Gekko. What's to prevent you from doing the same damn thing?

Gordon Gekko: Because I got a way around all of this, a way we can all make money and make the airline profitable. What do you say we cut to the chase? I'm asking for a modest 20% across-the-board wage cut and seven more hours a month.

Carolyn: What kind of time frame?

Gordon Gekko: Give me a year. If we're still losing money, the reduction stands. If we're in the black, salaries go back to their present level, and we initiate an employee profit-sharing program with stock. You can own part of the airline.

Dunkan: Can you put that in writing?

Gordon Gekko: I'll have it drafted in two days.

Carolyn: What's your marketing strategy? How will you return to profitability?

Данный пример переговоров демонстрирует стандартное построение беседы, структурированной следующим образом: приветствие, представление присутствующих, краткая беседа на отвлеченные темы и комплимент (*I'd be proud to have a son like Buddy*), непосредственно переговоры; прощание в данном примере отсутствует. Руководит переговорами Гордон Гекко, будучи инициатором предложения, он передает слово Баду Фоксу, когда приходит время детальных пояснений, и дает развернутые ответы на все возникающие у второй стороны вопросы. Несмотря на обстановку делового дискурса, данная беседа изобилует идиоматическими выражениями и профессиональными жаргонизмами (что обусловлено в том числе художественной выразительностью кинематографа): метафорами (*to be squeezed to death, to put sbd on a kamikaze course, to be scrambling for parachutes, to win a popularity contest with sbd, to throw off the property, to cut to the chase, to be in the black, the door will always be open to sbd, to keep the Bluestar flying, to squeeze every dollar, to beat the majors at a price war, to think big, cards are on the table, to be in the ballpark, to sketch some broad strokes, a bag of tricks*), приемом персонификации (*salaries go back*), гиперболой (*since before you were born*), вульгаризмами (*to be the worst scum, the same damn thing, dogshit, to give a damn*). Пояснительный монолог Бада Фокса четко структурирован, что является признаком дискурса деловых переговоров, и содержит перечисление трех важных пунктов будущей работы по реструктуризации авиакомпании.

Во время монолога Гордон Гекко перемещается по комнате и жестикулирует. Когда слово переходит к Баду Фоксу, Гекко хлопает того по плечу, Бад также встает с места и подкрепляет слова жестами, делая свою речь выразительнее. У всех присутствующих есть «раздаточный» материал с актуальной информацией, в который каждый время от времени заглядывает:

Gordon Gekko: Why don't I give Buddy an opportunity to answer that?

Bud: Thank you, Gordon. First of all, I want you all to know my door will always be open to you because I know from my dad that you keep Bluestar flying. This is a basic three-point plan. One... we modernize. Our computer software is dogshit. We update it. We squeeze every dollar out of each seat and mile flown. Effective inventory management through computerization will increase our load factor by 5 to 20 %. That translates to approximately \$50 to \$200 million in revenues. We can beat the majors at a price war. Two... advertising, very important, more, more, and aggressive. We attack the majors! Three... expand our hubs to Atlanta and St. Louis. We reorganize all of our feeder schedules. We got to think big, guys. We're going after the majors.

Подходя к этапу вынесения вердикта, инициатор и руководитель встречи (Гекко), посредством прямого вопроса стремится разузнать точку зрения противоположной стороны о предмете переговоров. В ответ на свой вопрос он получает, хотя и косвенные, но утвердительные ответы.

Gordon Gekko: Cards on the table, guys. What do you say?

Dunkan: If you mean what you say, I think we're in the ballpark. I can take it to my people.

Carolyn: You've sketched some broad strokes. I would like to see the fine print, but I like what I hear so far.

Переговоры проходят в полуофициальной обстановке, в кабинете Гордона Гекко в его квартире. Участники расположились за столом не только на стульях, но и в кресле, на диване, что делает обстановку менее официальной и чуть более расслабленной. Участникам беседы также обеспечили закуски и напитки. Двое участников переговоров курят сигареты.

Ситуация заканчивается выражением несогласия Карла Фокса с выдвинутым предложением и вынесением обвинения миллиардеру Гекко в жадности и безразличии бизнесмена к судьбе служащих авиакомпании. Формальная концовка коммуникативной ситуации в данном примере вообще отсутствует:

Karl: I guess if a man lives long enough, he gets to see everything. What else you got in your bag of tricks?

Gordon Gekko: Frankly, Carl, I can't see giving much more, but if you have any suggestions, I'll be very happy to listen.

Karl: There came into Egypt a pharaoh who did not know.

Gordon Gekko: Is that a proverb?

Karl: No. A prophecy. The rich been doing it to the poor since the beginning. The difference between the pyramids and the Empire State Building is the Egyptians didn't allow unions. He don't give a damn about Bluestar or the unions (Oliver Stone "Wall Street", 1987).

Сюжет второй анализируемой ситуации демонстрирует процесс покупки земли главным героем фильма «Самый жестокий год» Эйбелем Моралесом после нескольких лет переговоров, из чего следует, что стороны знакомы друг с другом. Переговоры проходят между Эйбелем и его адвокатом мистером Уолшем, с одной стороны, и владельцем земли, и его компаньонами, с другой:

Land owner: Mr. Walsh has reviewed the contract fully.

Abel Morales: Of course.

Land owner: You brought the money?

Abel Morales: Yes.

Land owner: You know you only have 30 days to close the transaction. No extensions. No contingencies, whatsoever.

Abel Morales: I understand.

Land owner: You fulfill the terms of the contract, property is yours. If you cannot, we keep the money. And we sell the property to your competitor. Who has been after us almost as badly as you have. I like you. But you should know that the only reason we choose you is because of the favorable conditions of the contract. And once you sign the...

Abel Morales: I understand.

Land owner: Well, show us the money and, uh, then I'll sign the papers. Here it is (J. C. Chandor, "The Most Violent Year", 2014).

Переговоры проходят в импровизированном кабинете на территории владельца покупаемой земли, участники расположились за столом, в руках у адвоката находится кейс с деньгами, в руках у продавца – папка с договором. В предшествующей киносцене зрителю рассказали о том, что главный персонаж вел переговоры с владельцем земли уже несколько лет, поэтому зритель готов к тому, что в сцене переговоров демонстрируется только финальная стадия – конечные разъяснения и подписание контракта.

Абель в своей речи придерживается стратегии полного согласия и избегания категоричности, что проявляется в краткости и лаконичности его реплик (*of course / yes / I understand*). Представитель противоположной стороны, наоборот, категоричен в своих высказываниях (*you only have 30 days to close the transaction / no extensions / no contingencies*) и ставит условия (*You fulfill the terms of the contract, property is yours / If you cannot, we keep the money and sell the property to your competitor / show us the money and then I'll sign the papers*).

Жестикация участников переговоров сведена к минимуму, они не перемещаются. Единственное изменение позы, демонстрируемое зрителю, – приближение и отдаление сидящих от стола переговоров.

В третьей анализируемой, художественно воссозданной ситуации деловых переговоров мы наблюдаем сцену, в которой два молодых инвестора-компаньона, Чарли Геллер и Джей-

ми Шипли, приходят в банк J. P. Morgan Chase на встречу с его представителем по имени Крис, в надежде заключить соглашение с J. P. Morgan на долгосрочные опционы:

Chris: Hello, hey! Chris.

Charlie Geller: I'm Charlie, I'm Charlie Geller.

Jamie Shipley: I'm Jamie, Jamie Shipley. Hi! We're so excited to get setup on your trading platform.

Chris: Here, eh... Have a seat a second.

Jamie Shipley: Alright!

Встреча начинается с классического приветствия и знакомства, так как стороны видят друг друга впервые. Произнесение своих имени и фамилии происходит в традиционной американской манере: в первую очередь имя, затем повтор имени и фамилия. Джейми, используя скрытую стратегию комплимента, выражает радость от потенциального сотрудничества, стремясь настроить противоположную сторону переговоров на дружеский лад.

Chris: So I... Ted did ask Ehm... to do us some meeting in front. But I eh... I couldn't find any marketing material on you guys.

Charlie Geller: Oh... we just moved here from Boulder.

Chris: Oh, can we see some of your offering documents?

Charlie Geller: Well Brownfield has its own money.

Jamie Shipley: It's our money yeah.

Chris: Well can you tell us how much you manage?

Charlie Geller: Of course! We're doing 30 million right now... eh... But we started four years ago, with a hundred-ten thousand. So as you can see, that's pretty phenomenal returns.

Jamie Shipley: We wanna get an ISDA-agreement with J.P. Morgan, so we can deal in long-term options.

Chris: That's really cool! Yeah! That is so cool!

Вышеизложенная часть выступает в роли основной в структуре переговоров: представитель банка задает интересующие его деловые вопросы и получает на них ответы. На словах предпоследней реплики в этой части кадр ставят на паузу, переговорный процесс приостанавливается, и на экран выводится упрощенное определение термина *ISDA*, что позволяет оперативно ввести зрителя в курс дела, не отвлекая стороны от сути дела, и что, конечно же, невозможно в ходе реальной ситуации переговоров.

Charlie Geller: Thank you!

Chris: But eh... You guys are under the capitol requirements for an ISDA.

Charlie Geller: By how much?

Chris: Er... How much eh... One billion four-hundred-seventy millions so... A lot!

На этой фразе заканчивается кульминационный момент переговоров, уступая дорогу заключительной части структуры беседы – прощанию:

Charlie Geller: This makes us look bad, doesn't it? That we didn't know what the capitol requirements were.

Chris: I... eh... It's not great! But, eh... Keep up those returns and give us a call way down the line you know? Ok?

Jamie Shipley: Ok, of course! Thanks Chris!

Chris: Have a good one guys!

Charlie Geller: Thank you Chris! (Adam McKay, "The Big Short", 2015).

На протяжении всего времени переговоров участники сидят в креслах холла банка J. P. Morgan, не меняя своих поз и практически не двигаясь. Мужчины одеты в деловые костюмы с галстуками, инвесторы держат в руках деловые бумаги. Ввиду непродуктивности переговоров встреча оказывается очень короткой и занимает менее двух минут времени кинокартины. Общий тон беседы позитивный, представители обеих сторон вежливы, улыбки и предельно корректны, даже несмотря на то, что к соглашению прийти не удалось.

Заключение

Таким образом, взяв за основу группу компонентов коммуникативной ситуации, выделенную Т. ван Дейком, нам удалось рассмотреть функционирование ситуации деловых переговоров в кинодискурсе и предоставить ответы на основные вопросы о базовой структуре

коммуникативной ситуации деловых переговоров, представленной в художественном отражении: кто выполняет роль коммуникантов в ситуации переговоров, какого рода отношения развиваются между ними, какие темы речевых сообщений характерны для данной ситуации, в чем выражены речевая и неречевая деятельность коммуникантов. Выделенные принципы корпоративности, конвенциональности, формальности и ритуальности, характерные для бизнес-дискурса, не являются нерушимыми, время от времени позволяя вульгаризмам, метафорам и идиоматическим выражениям влиять на стиль и регистр общения, а исход событий вправе нарушить ритуальность процессов, лишив, например, ситуацию логического завершения – классического вердикта и прощания сторон.

Список литературы

- Волкова О. С.** Прагмалингвистические особенности межличностного общения в коммуникативной ситуации «бытовой конфликт»: на материале английского языка: Дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2009. 188 с.
- Горшкова В. Е.** Перевод в кино. Иркутск: ИГЛУ, 2006. 278 с.
- Егорова И. С.** Коммуникативная стратегия речевого акта приглашения в англоязычном дискурсе // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». 2013. № 4. С. 5–10.
- Зарецкая А. Н.** Особенности реализации подтекста в кинодискурсе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2010. 22 с.
- Иванова М. А.** Аббревиатуры в структуре профессиональной англоязычной личности бизнесмена: дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2015. 177 с.
- Кислицына Н. Н., Службина А. Г.** Лингвокогнитивные особенности кинодискурса (на материале англоязычных диалогов подростков) // Вестник Кемеров. гос. ун-та. 2019. № 21 (2). С. 513–520.
- Савчук І. І.** Втілення тактико-стратегічного компоненту когнітивної моделі ситуації суперництва у сучасній англійській прозі // Нова філологія. 2007. № 26. С. 144–148.
- Славова Л. Л.** Типологія комунікативних невдач (на матеріалі сучасного англійського мовлення): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Киев, 2000. 18 с.
- Колодина Е. А.** Статус кинодиалога в ряду соположенных понятий: кинодиалог, кинотекст, кинодискурс // Вестник Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2013. № 2 (1). С. 327–333.
- Туфанова Ю. В.** Коммуникативная ситуация извинения: когнитивно-прагматический подход: Дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2010. 205 с.
- Филимонова Г. Б.** Детерминированность высказывания коммуникативной ситуацией // Вестник МГЛУ. Серия 1 «Филология». 2002. № 9. С. 38–44.
- Якуба В. В.** Мовні засоби відображення ситуації зміна матримоніального стану в англійській художній прозі ХХ століття (лінгвокогнітивний та комунікативно-прагматичний аспекти): Дис. ... канд. филол. наук. Київ, 2006. 200 с.
- Bargiela-Chiappini, F., Nickerson, C., Planken, B.** Business Discourse. Basingstoke usw. Palgrave Macmillan, 2007, 282 p.
- Bührman, A., Schneider, W.** Mehr als nur discursive Praxis? Konzeptionelle Grundlagen und methodische Aspekte der Dispositivanalyse. Huddersfield, 2008, S. 108–141.
- Dijk, T. A.** Discourse and Context: A Sociocognitive Approach. Cambridge University Press, 2008, 267 p.
- Gunnarsson, B.-L.** The Organization of Enterprise Discourse. In: A. Trosborg & P. E. Jorgensen Flyvholm (eds.) Business Discourse. Texts and Contexts. Peter Lang, 2005, p. 83–109.
- Kennedy, G.** Kennedy on Negotiations. London, New York, Routledge, 1997, 356 p.
- Kozloff, S.** Overhearing film dialogue. Berkley & Los Angeles, University of California Press, 2000, 323 p.

- Trosborg, A., Jorgensen, P. E.** Business Discourse. In: Texts and Contexts. Flyvholm (eds.). Bern usw. Peter Lang, 2005, 250 p.
- Wolf, G.** Der Business Discourse: Effizienz und Effektivität der unternehmensinternen Kommunikation. Gabler, 2010, 206 p.

References

- Bargiela-Chiappini, F., Nickerson, C., Planken, B.** Business Discourse. Basingstoke usw. Palgrave Macmillan, 2007, 282 p.
- Bührman, A., Schneider, W.** Mehr als nur discursive Praxis? Konzeptionelle Grundlagen und methodische Aspekte der Dispositivanalyse. Huddersfield, 2008, S. 108–141.
- Dijk, T. A.** Discourse and Context: A Sociocognitive Approach. Cambridge University Press, 2008, 267 p.
- Egorova, I.** Communicative Strategy of Speech Act Invitation in English Discourse. *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2013, no. 4, p. 5–10. (in Russ.)
- Filimonova, G. B.** Determination of statement by a communicative situation. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Series 1: Linguistics*, 2002, no. 9, p. 38–44. (in Russ.)
- Gorshkova, V. E.** Translation in films. Irkutsk, ISLU, 2006, 278 p. (in Russ.)
- Gunnarsson, B.-L.** The Organization of Enterprise Discourse. In: A. Trosborg & P. E. Jorgensen Flyvholm (eds.) Business Discourse. Texts and Contexts. Peter Lang, 2005, p. 83–109.
- Ivanova, M. A.** Abbreviations in the structure of a professional English-speaking personality of a businessman. Dissertation ... PhD in Linguistics. Pyatigorsk, 2015, 177 p. (in Russ.)
- Kennedy, G.** Kennedy on Negotiations. London, New York, Routledge, 1997, 356 p.
- Kislitsyna, N. N., Sluzhbina, A. G.** Linguocognitive Features of Film Discourse based on Teenagers' English-Language Dialogues. *Bulletin of the Kemerovo State University*, 2019, no. 21 (2), p. 513–520. (in Russ.)
- Kolodina, E. A.** The Status of Film Dialogue among the related concepts: FILM, DIALOGUE, FILM TEXT, FILM DISCOURSE. *Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod*, 2013, no. 2 (1), p. 327–333. (in Russ.)
- Kozloff, S.** Overhearing film dialogue. Berkley & Los Angeles, University of California Press, 2000, 323 p.
- Savchuk, I. I.** Embodiment of the tactical and strategic component of the rivalry situation's cognitive model in contemporary English prose. *New Philology*, 2007, no. 26, p. 144–148. (in Ukr.)
- Slavova, L. L.** Typology of communicative failures (based on modern English). Summary of the dissertation ... PhD in Linguistics. Kiev, 2000, 18 p. (in Ukr.)
- Trosborg, A., Jorgensen, P. E.** Business Discourse. In: Texts and Contexts. Flyvholm (eds.). Bern usw. Peter Lang, 2005, 250 p.
- Tufanova, Yu. V.** Communicative apology situation: a cognitive-pragmatic approach. Dissertation ... PhD in Linguistics. Irkutsk, 2010, 205 p. (in Russ.)
- Volkova, O. S.** Pragmalinguistic features of interpersonal communication in the “domestic conflict” communicative situation in English: Dissertation ... PhD in Linguistics. Volgograd, 2009, 188 p. (in Russ.)
- Wolf, G.** Der Business Discourse: Effizienz und Effektivität der unternehmensinternen Kommunikation. Gabler, 2010, 206 p.
- Yakuba, V. V.** Linguistic means of reflecting the “matrimonial status change” situation in the English prose of the twentieth century (linguocognitive and communicative-pragmatic aspects). Dissertation ... PhD in Linguistics. Kiev, 2006, 200 p. (in Ukr.)
- Zaretskaya, A. N.** Peculiar features of subtext implementation in cinema discourse. Summary of the dissertation ... PhD in Linguistics. Chelyabinsk, Chelyabinsk State University, 2010, 22 p. (in Russ.)

Список источников / List of Sources

“Wall Street”, 1987, реж. Оливер Стоун: <https://english-films.com/dramas/2318-uoll-strit-wall-street-1987-hd-720-ru-eng.html>

Транскрипт: https://www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=wall-street

“The Big Short”, 2015, реж. Адам Маккей: <https://www5.putlocker.fyi/the-big-short/>

Транскрипт: https://www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=the-big-short

“The Most Violent Year”, 2014, Джей Си Чендор: <https://www.amazon.com/Most-Violent-Year-Oscar-Issac/dp/B00RPNBEM8>

Транскрипт: https://www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=a-most-violent-year

Материал поступил в редколлегию

Date of submission

21.10.2019

Сведения об авторе / Information about the Author

Столярова Анастасия Олеговна, аспирант факультета иностранных языков и регионоведения МГУ им. М. В. Ломоносова (Ленинские горы, 1, Москва, 119234, Россия)

Anastasiia O. Stolyarova, PhD student of Lomonosov Moscow State University, Faculty of Foreign Languages and Area Studies Lomonosov Moscow State University (1 Leninskie Gory, Moscow, 119234, Russian Federation)

a.stolyarova9@gmail.com

ORCID 0000-0001-5119-8836