

ЯЗЫК И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

А.О. Столярова

ДОМИНАНТНЫЕ РЕЧЕВЫЕ АКТЫ В КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова»,
119991, Москва, Ленинские горы, 1*

Данное исследование представляет собой попытку выделить в речи участников деловых переговоров доминантные речевые акты с различными иллокутивными целями. В основу исследования положена классификация речевых актов Дж. Сёрля, дополненная А. Вежбицкой и М.А. Шелякиным. В качестве источников примеров высказываний были использованы кинофильмы: 1) “The Big Short” режиссера Адама Маккея (2015), 2) “Wall Street”, режиссера Оливера Стоуна (1987) и вторая часть данной картины 3) “Wall Street: Money never sleeps” (2010). В процессе исследования были использованы следующие методы: метод дискурс-анализа (позволяющий выделить характерные для области бизнес-дискурса коммуникативные единицы), метод сплошной выборки (позволивший вычленивать высказывания, содержащие перформативные глаголы), метод анализа визуального материала (позволяющий использовать сцены из кинофильмов в качестве достоверного источника данных как о вербальной, так и о невербальной стороне коммуникации). В результате исследования были выделены группы иллокутивных целей, которые служат импульсом для выполнения того или иного речевого акта в рамках ситуации деловых переговоров. Текущая статья будет интересна лингвистам, занимающимся проблемами речевых актов, деловой коммуникации, языка деловых переговоров и бизнес-дискурса в целом.

Ключевые слова: речевой акт; иллокутивная цель; бизнес-дискурс; деловая коммуникация; деловые переговоры.

В статье рассматривается вопрос о речевых актах, характерных для коммуникативной ситуации деловых переговоров. Первая классификация речевых актов была разработана Дж. Остином в 1950-х годах. В ней философ рассмотрел коммуникативный процесс под кардинально новым углом: основной единицей коммуникации он представил не предложение, а речевой акт – высказывание, содер-

Столярова Анастасия Олеговна – аспирант факультета иностранных языков и регионоведения МГУ имени М.В. Ломоносова (e-mail: a.stolyarova9@gmail.com).

жащее эмоциональное побуждение: приказ, просьбу, приглашение, объяснение, утверждение, вопрос, выражение благодарности, критику и пр. Инструментом речевого акта служит высказывание, учитывающее коммуникативную ситуацию, пресуппозицию отправителя информации и знания слушателя. Основным условием жизнеспособности речевого акта является наличие двух коммуникантов, так как эмоциональное высказывание должно быть адресно направленным. Назначение речевого акта – достичь коммуникативной цели. В случае, если цель достигнута, речевой акт считается успешным. Содержание и организацию коммуникативного акта определяет коммуникативная интенция.

На сегодняшний день существует ряд классификаций речевых актов (М.А. Шелякин, А. Вежбицкая, Дж. Лич, Б. Фрейзер, Г.Г. Почепцов, Р. Харниш, Д. Вундерлих, Дж. Оуэр, К. Бах), каждая из которых так или иначе базируется на таксономии Дж. Остина и последующей версии Дж. Сёрля, которые и послужили основой для текущего исследования речевых актов в рамках коммуникативной ситуации деловых переговоров.

Речевой акт в комбинации с аудитивным составляют коммуникативную ситуацию [Dijk, 2008], т.е. отрезок реальности, в которой происходит взаимодействие идеальных и материальных факторов, порождающее речевое высказывание. Коммуникативная ситуация деловых переговоров реализуется в рамках бизнес-дискурса – вида институционального дискурса, которым пользуются сотрудники фирм, компаний и предприятий для достижения корпоративных целей. Деловые переговоры, в свою очередь, – это вид деловой коммуникации, основным назначением которой является достижение профессиональных целей и урегулирование корпоративных конфликтов [Kennedy, 1997].

Исключительную важность в вопросе речевых актов играют перформативы [Бенвенист, 1994] – самореферентные глаголы, побуждающие собеседника к однократному выполнению действия, которое этот глагол и обозначает. Использование перформативов напрямую связано с реализацией иллокутивной цели – «установки на определенную ответную реакцию адресата, которая сообщается ему в высказывании» [Сёрль, 1986: 182].

Итак, Дж. Остин выделил понятие иллокутивной силы, удовлетворяющей интенцию говорящего, и очертил трехуровневую систему речевых актов: 1) локутивный акт (непосредственно процесс говорения); 2) иллокутивный акт (содержит внеязыковую цель); 3) перлокутивный акт (воздействует на поведение собеседника и его реакцию на сказанное). Он также создал классификацию

содержащих перформативы речевых актов по иллокутивным силам, включающую разные глаголы: экспозитивы (место говорящего в разговоре/ дискуссии/ споре), вердиктивы (оценка говорящим чего-либо), комиссивы (обязательства и обещания), экзерситивы (властные функции говорящего, отвечающие за приказы, распоряжения) и бехабитивы (поведение людей и взаимоотношения между ними) [Остин, 1986: 101].

Данная классификация за недостаточную обоснованность принципов выделения групп и входящих в них глаголов подверглась критике со стороны Дж. Сёрля, который впоследствии сформировал усовершенствованную систему речевых актов, состоящую из пяти групп и применимую ко всем существующим языкам: репрезентативы, директивы, комиссивы, декларации и экспрессивы [Сёрль, 1986: 170–194]. А. Вежбицкой были выделены интеррогативы [Вежбицкая, 1996], а М.А. Шелякин дополнил этот список вокативами [Шелякин, 2012]. Взяв за основу данную классификацию, становится возможным рассмотреть речевые акты, присущие коммуникативной ситуации деловых переговоров. В качестве источника примеров в данной работе использованы укороченные ситуации переговоров, отобранные из американских оскароносных кинофильмов: 1) “The Big Short”, режиссера Адама Маккея (2015), повествующий о нескольких проницательных экономистах, предсказавших наступающий финансовый кризис 2008 г. и сумевших заработать состояние буквально на крушении рынка, сыграв на понижении курса ипотечных облигаций¹; 2) “Wall Street”, режиссера Оливера Стоуна (1987), рассказывающий историю молодого биржевого брокера, стремящегося преуспеть на Уолл-Стрит, и его продолжение²; 3) “Wall Street: Money never sleeps” (2010)³.

1. Репрезентативы (ассертивы). Основная цель – выражение мысли/мнения; донесение информации:

1) **сообщение:** *If we don't stop the bleeding, in three days, half the banks in this room are out of business* [3];

2) **предсказание:** *Money markets will dry up around the world by the end of the week* [3];

3) **утверждение/констатация:** *There's definitely some interest* [3];

4) **прогнозирование:** *If you don't sell, Lou, you're in bankruptcy* [3];

¹ “The big short”, 2015, реж. Адам Маккей: <https://fenglish.ru/movie/the-big-short/> (дата обращения: 10.11.2019).

² “Wall Street”, 1987, реж. Оливер Стоун: <https://gostream.site/wall-street/> (дата обращения: 10.11.2019).

³ “Wall Street: Money never sleeps”, 2010, реж. Оливер Стоун: <https://gostream.site/wall-street-money-never-sleeps/> (дата обращения: 10.11.2019).

5) **осуждение:** *Not only would you sell your mother to make a deal, you'd send her C.O.D.* [2];

6) **признание:** *We don't want to be greedy* [2];

7) **ответы на вопросы/оценивание:** *No, that can't be right* [1];

8) **характеристика:** *I'm not the only one who pays here* [2];

9) **отчёт:** *You got losses of \$20 to \$30 million, dividends cut to zero*[2];

10) **заверения:** *You won't regret this* [2];

11) **объяснения:** *Effective inventory management through computerization will increase our load factor by 5 to 20%* [1].

2. **Директивы (прескриптивы).** Основная цель – побудить собеседника к действию. Частая языковая форма реализации директив – это модальные глаголы и глаголы в повелительном наклонении:

1) **призыв:** *Have a seat!, Say that again!, Take a guess!* [1]; *We got to think big, guys* [2];

2) **предписание:** *I'm expecting your commitment* [2];

3) **просьба:** *Gentlemen, give us a minute, I'm asking for a modest 20% across-the-board wage cut and seven more hours a month* [2];

4) **совет:** *Remember, the stock's trading roughly 31% off the 52-week high*[3];

5) **убеждение:** *Bill, I think we should talk privately.* [2];

6) **предложение:** *My suggestion is that we get aggressive* [3];

7) **запрос:** *I would like to see the final print* [2];

8) **команда/приказ:** *Sell two divisions* [2];

9) **инструкция:** *Spread the buy orders over different accounts* [2];

10) **запрет/разрешение:** *My board will never accept this* [3] / *You can own part of the airline* [2].

3. **Комиссивы.** Основная цель – связать действие глагола с самим говорящим и заявить о своих намерениях:

1) **клятва/гарантия:** *You'll hear from us tonight* [3];

2) **заключение пари:** *I bet your margins are pretty nice and fat* [1];

3) **заключение сделки/договора/соглашения:** *I couldn't be more excited about this, to finally be in business with you and your firm* [3].

4. **Декларации (вердиктивы).** Основная цель – заявить об определенном положении дел. Использовать декларации имеют право только лица, наделённые определёнными полномочиями:

1) **объявление:** *I'm announcing a tender offer at 65 tomorrow* [2];

2) **вынесение вердикта переговоров:** *You'll hear from my lawyers tomorrow* [2];

3) **установление повестки дня/провозглашение (прямое или косвенное) открытия/закрытия процесса переговоров:** *Hey Mr.*

Vennett from Deutsche Bank, what do we have? [1]/ We'll be in touch, send some paperwork over [1].

5. **Экспрессивы** (неинформативные речевые акты). Основная цель – выразить эмоциональное состояние говорящего. Для экспрессивов характерны клише и этикетные глаголы. Также используются для выражения вины и поздравлений, что, однако, в ситуации деловых переговоров случается редко.

1) **благодарности:** *Thank you, sir [2];*

2) **сожаление:** *If only we had more time [3];*

3) **оправдание:** – *So you're saying you don't have an out. – No, I'm saying, just give me one week [3];*

4) **приветствия/прощания:** *Hi... how are you?! [3]/Good night [2];*

5) **пожелания:** *Have a good one guys! [1].*

6. **Интеррогативы:** вопросы, выражающие желание получить информацию, что-либо узнать, а не попросить: *So, how many people have you talked to about this trade? [1]; What else you got? [2]; What's your marketing strategy? [2]; So what's your point? [3].*

7. **Вокативы.** Основная цель – привлечь внимание собеседника: обращения и призывы. *Let's not talk about my margins by the way [1]; O.K., let's go to work! [2]; Let me repeat this again [3]; What do you say? [2]; Ed, what do you think? [3].*

Таким образом, нам удалось рассмотреть вопрос о том, какие иллокутивные акты используются в ситуации деловых переговоров, а также иллокутивные цели, движущие их участниками.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Арапова М.А.* Речевой портрет как важный элемент формирования образа современного ученого // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2019. № 2. С. 156–163.
2. *Афанасова В.В.* Познание современной западной культуры через язык специальности // Вестн. Моск. ун-та. Сер.19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2017. № 4. С. 170–177.
3. *Бенвенист Э.* Общая лингвистика. М., 1994.
4. *Вежибицкая А.* Язык. Культура. Познание / Пер. с англ.; отв. ред. М.А. Кронгауз; вступ. ст. Е.В. Падучевой. М., 1996.
5. *Остин Дж.Л.* Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII / Под ред. Б.Ю. Городецкого. М., 1986.
6. *Сёрль Дж.Р.* Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII / Под ред. Б.Ю. Городецкого; пер. с англ. В.З. Демьянков. М., 1986. С. 170–194.
7. *Шелякин М.А.* Язык и человек (К проблеме мотивированности языковой системы). М., 2012.
8. *Dijk T.A.* Discourse and Context: A Sociocognitive Approach. Cambridge, 2008.
9. *Kennedy G.* Kennedy on Negotiations. L.; N.Y., 1997.

DOMINANT SPEECH ACTS IN THE COMMUNICATIVE SITUATION OF BUSINESS NEGOTIATIONS

*Lomonosov Moscow State University
1 Leninskie gory, Moscow, 119991*

The following article is devoted to the problem of speech acts within the framework of business negotiations and deals with the investigation of business discourse. The chief purpose of this article is to outline a range of speech acts with various illocutionary aims, which has been reached in the course of the research. The work is primarily based on the classification of speech acts, advanced by J. Searle, that encompasses representatives, directives, commissives, declarations and expressives. Later it has been expanded by A. Wierzbicka and M.A. Shelyakin, who added to the list interrogatives and vocatives respectively. In the analysis undertaken the following methods were applied: the method of discourse analysis (which gave an opportunity to highlight common for business discourse linguistic units), a continuous sampling method (which allowed to single out the speech acts, which contain performative verbs), and the method of analysis of visual material (which made it possible to value cinematography episodes as a reliable source of information on business talks). All the examples used in the article were taken from the following movies: 1) “The Big Short” (2015) directed by Adam McKay, “Wall Street” (1987) directed by Oliver Stone, and its sequel “Wall Street: Money never sleeps” (2010). As a result, it has become possible to consider illocutionary acts, which are used in the communicative situation of business negotiations, as well as illocutionary goals driving the communicants.

Key words: speech act; illocutionary aim; business discourse; business communication; business negotiations.

About the author: *Anastasiya O. Stolyarova* – PhD student, Faculty of Foreign Languages and Area Studies, Lomonosov Moscow State University (e-mail: a.stolyarova9@gmail.com).

REFERENCES

1. Afanasova V.V. 2017. Poznanie sovremennoi zapadnoi kul'tury cherez yazyk spetsial'nosti [The study of modern Western culture through the language of major specialty]. *Moscow State University Bulletin. Series 19. Linguistics and Intercultural Communication*, no. 4, pp. 170–177. (In Russ.)
2. Arapova M.A. 2019. Rechevoi portret kak vazhnyi element formirovaniya obraza sovremennogo uchenogo [Speech portrait as an important element of forming a modern scientist's image]. *Moscow State University Bulletin. Series 19: Linguistics and Intercultural Communication*, no. 2, pp. 156–163. (In Russ.)
3. Benvenist E. 1994. *Obshchaya lingvistika* [General Linguistics]. Moscow, Progress. (In Russ.)
4. Vezhbtskaya A. 1996. *Yazyk. Kul'tura. Poznanie* [Language. Culture. Cognition]. Transl. from English by M.A. Krongauz (ed.), intr. by E.V. Paducheva. Moscow, Pusskie slovari. (In Russ.)

5. Ostin J.L. 1986. *Slovo kak deistvie* [How to do things with words]. In Gorodetskiy B.Yu. *Novoe v zarubezhnoi lingvistike*. Issue XVII. Moscow, Progress. (In Russ.)
6. Serl' Dzh.R. 1986. *Klassifikatsiya illokutivnykh aktov* [A classification of illocutionary acts]. In: Gorodetskiy B.Yu. *Novoe v zarubezhnoi lingvistike*. Issue XVII. Moscow, Progress, pp. 170–194. (In Russ.)
7. Shelyakin M.A. 2012. *Yazyk i chelovek (K probleme motivirovannosti yazykovoi sistemy)* [Language and Human (On the problem of the motivation of the language system)]. Moscow, Flinta. (In Russ.)
8. Dijk T.A. 2008. *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. Cambridge University Press.
9. Kennedy G. 1997. *Kennedy on Negotiations*. London; New York: Routledge.