

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

**ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

Кафедра английского языка  
и методики его преподавания

**ДЕЛОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ В ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКОМ  
АСПЕКТЕ**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ  
РАБОТЫ БАКАЛАВРА**

Студентки 3 курса 301 группы  
направления 44.04.01 Педагогическое образование  
профиль – «Иностранные языки в контексте современной культуры»  
факультета гуманитарных дисциплин, русского и иностранных языков

Гусейновой Айтен Чахидовны

Научный руководитель  
доцент кафедры английского языка и  
методики его преподавания  
канд. фил. наук, доцент

\_\_\_\_\_

С .Е.Тупикова

дата, подпись

Зав. кафедрой  
английского языка  
и методики его преподавания  
канд. пед. наук, доцент

\_\_\_\_\_

Г.А.Никитина

дата, подпись

Саратов 2025 год

**Введение.** *Актуальность предпринятого исследования* определяется тем, что вопросы профессиональной коммуникации и значение языка в жизни конкретных профессиональных сообществ принимают новые формы в свете стремительных социальных изменений и процессов, а их изучение становится все более востребованным. Деловая коммуникация является неотъемлемой частью профессиональной деятельности любого специалиста. В условиях глобализации и расширения международных связей, стремительного развития коммуникационных технологий возрастает роль деловых переговоров как средства межкультурной коммуникации. Это делает актуальным исследование деловых переговоров с точки зрения лингвопрагматического аспекта, который позволяет выявить особенности использования языковых средств в различных коммуникативных ситуациях.

*Объект исследования:* англоязычная деловая коммуникация.

*Предмет исследования:* лингвистические, прагматические и культурные особенности деловых переговоров как вида деловой коммуникации на английском языке.

*Цель исследования:* провести анализ деловых переговоров в лингвопрагматическом аспекте на материале английского языка и выявлении их основных характеристик, стратегий и культурных особенностей.

*Гипотеза исследования:* предполагается, что лингвопрагматический подход к анализу деловых переговоров на материале английского языка позволяет выявить ключевые стратегии и тактики, которые способствуют успешному взаимодействию между участниками переговоров. Кроме того предполагаем, что понимание лингвопрагматических особенностей, таких как контекст, коммуникативные стратегии и прагматическая адаптация, значительно повышает эффективность деловых переговоров.

*Задачи исследования:*

- 1) определить понятие и основные характеристики деловых переговоров;
- 2) рассмотреть лингвопрагматический подход к анализу деловых переговоров;

- 3) изучить коммуникативные стратегии, используемые в деловых переговорах;
- 4) выявить роль контекста и ситуации в деловых переговорах;
- 5) исследовать прагматическую адаптацию и её влияние на эффективность деловых переговоров.

*Методы исследования.* В соответствии с характером поставленных задач и с учетом специфики проблемы использовались следующие методы исследования: критический анализ научной и методической литературы по проблеме, реферирование, конспектирование, анализ, обобщение, наблюдение, эксперимент. А также анализ описательный метод, метод контекстуального анализа и сопоставительный анализ.

*Методологическая и теоретическая база исследования.* В основу данного исследования легли научные труды по лингвистике последних лет И. А. Стернина, Е. М. Верещагина, В. Г. Костомарова, Т. ван Дейка, Дж. Остина, Дж. Сёрля, а также исследователей в области теории коммуникации (В. В. Дементьев, Г. Г. Почепцов, Р. О. Якобсон, С. Shannon), деловой коммуникации (Т. Н. Астафурова, Е. Н. Зарецкая, S. Harris), делового дискурса (Т. В. Мордовина, О. С. Сыщиков), межкультурной коммуникации (Т. Н. Астафурова, О. А. Леонтович, Р. Д. Льюис, И. А. Стернин, Н. Л. Шамне, Т. Brake,), теории переговоров (Т. Н. Астафурова, М. Г. Власова, Ч. Каррас, Ю. Ю. Филонова, R. Fisher).

*Материалы исследования.* Аутентичные тексты современных бизнес-контрактов и стенограмм бизнес переговоров на английском языке (американский вариант) с ведущего мирового интернет-сайта по предоставлению правовой информации для юридических фирм YesFindLaw (Find Laws Online is the number one source of free legal information and resources on the web URL : <http://www.findlaw.com>); деловая корреспонденция, аудио и видео записи деловых переговоров в свободном доступе в Интернет.

*Научная новизна исследования* определяется тем, что оно вносит вклад в развитие теории деловых переговоров и лингвопрагматики. Результаты исследования могут быть использованы для дальнейшего изучения

особенностей деловых переговоров в разных культурах и на материале разных языков.

*Теоретическая значимость исследования* заключается в том, что оно способствует расширению теоретической базы по исследуемой проблематике и более глубокому анализу характеристик деловых переговоров.

*Практическая значимость.* Практическая значимость работы состоит в том, что её результаты могут быть полезны для специалистов, занимающихся ведением деловых переговоров, а также для преподавателей и студентов, изучающих английский язык и деловую коммуникацию. Основные положения и результаты исследования могут быть применены в преподавании ряда курсов, например, межкультурная коммуникация, деловой иностранный язык, стилистика текста, интерпретация и практика устной и письменной речи.

*Структура исследования:* Настоящая работа состоит из введения, двух глав основного текста, заключения, списка использованных источников и приложения. Во введении обоснована актуальность исследуемой проблемы, сформулированы объект и предмет, определены цель, задачи и методы исследования.

В первой главе обосновывается актуальность изучения деловых переговоров в условиях глобализации и международного взаимодействия. Важность эффективного общения в бизнесе требует глубокого понимания не только языковых, но и культурных аспектов, что делает лингвопрагматику важным инструментом для анализа деловых переговоров.

Во второй главе исследуются стилистические особенности языка, используемого в деловых переговорах. Также рассматриваются различные способы, которыми участники переговоров представляют свои стратегии и тактики. Анализируется, как контекст и ситуация влияют на процесс переговоров и их результаты.

В заключении представлены выводы по проведенному исследованию.

**Основное содержание.** В первой главе «Теоретические основы исследования деловых переговоров в лингвопрагматическом аспекте»

рассматриваются основные определения и характеристики деловых переговоров, включая их цели, участников и контекст.

Деловые переговоры - это неотъемлемая часть современной бизнес-деятельности. Деловые переговоры можно определить, как структурированный процесс обсуждения между двумя или более сторонами, который направлен на достижение обоюдных интересов или соглашений. В отличие от обычных бесед, деловые переговоры имеют ясно выраженные цели и как правило проходят в формальной обстановке, чаще всего в устной форме, которой предшествует стадия письменной бизнес коммуникации – согласование, уточнение, планирование встречи, составление контрактов и прочее.

Согласно определению, представленному в Словаре Бизнес Терминов «переговоры - это процесс, в котором стороны обсуждают свои интересы и потребности, стремясь к взаимовыгодному решению».

К основным характеристикам деловых переговоров относят следующее:

1. Цель. Основной целью деловых переговоров является достижение согласия между сторонами. Четкое понимание целей и ожиданий каждой из сторон является критически важным для успешного завершения переговоров.

2. Структурированность. Деловые переговоры имеют четкую структуру и состоят из нескольких этапов, таких как предварительная подготовка, обсуждение, заключение соглашения и его реализация. Эта структурированность помогает сторонам эффективно достигать поставленных целей.

3. Коммуникация. Коммуникация играет ключевую роль в деловых переговорах. Умение слушать и правильно интерпретировать информацию помогает избежать недопонимания и конфликтов.

4. Взаимовыгодность. Эффективные деловые переговоры направлены на создание ситуации, выгодной для всех сторон.

5. Конфликтность. Переговоры часто происходят в условиях конфликта интересов. Понимание этого аспекта является важным для успешного ведения

переговоров. Умение предвидеть и разрешать конфликты может значительно повысить шансы на успешный результат.

В теоретической главе также обосновывается применение лингвопрагматического подхода к анализу деловых переговоров, поскольку он позволяет глубже понять механизмы взаимодействия в процессе переговоров. Анализируются различные формы деловых переговоров и принципы, которые способствуют их успешному проведению. Эффективность переговоров зависит от ряда поведенческих, языковых и речевых характеристик, которые формируют модели общения участников. Переговоры, проводимые на иностранном языке, создают дополнительные трудности, поэтому переговорщикам необходимо обращать внимание на социокультурные аспекты, учитывая, что в них могут участвовать представители различных культурных групп и наций.

В рамках делового общения существует набор типичных коммуникативных ситуаций, в которых деловые партнеры знакомятся, приветствуют друг друга, прощаются, благодарят, извиняются, хвалят друг друга и т.д. Соответственно выделяются следующие типичные коммуникативные ситуации: знакомство, приветствие, обращение, прощание, извинение, благодарность. При этом вербальное и невербальное поведение коммуникантов жестко регламентировано и подчинено определенным нормам и правилам. Это значит, что каждая коммуникативная ситуация предполагает использование определенных языковых средств, которые позволяют достичь результата наиболее эффективным образом. Коммуникативный контекст ограничивает языковое поведение определенным набором лексических и грамматических ресурсов в дополнение к условным речевым формулам и языковым клише. Применение этих лингвистических инструментов является важным компонентом для достижения успешных результатов в деловом общении на английском языке.

В данной главе были изучены также основные стратегии и тактики, применяемые участниками переговоров для достижения своих целей. Прежде всего это универсальная стратегия убеждения. Убежденность - это

уверенность человека в своей правоте, подкрепленная соответствующими аргументами. Убежденность играет ключевую роль в деловой коммуникации, так как она не только помогает донести до собеседника свою точку зрения, но и способствует формированию доверия и взаимопонимания. К базовым стратегиям деловых переговоров также относятся: доминирование, манипуляция, приспособление, соперничество, компромисс и сотрудничество. Для реализации перечисленных стратегий крайне важны навыки аргументации, ведения диалога, активного слушания, а также внимания к невербальным составляющим.

Целевая установка говорящего тесно связана с речевым воздействием, так как регулирует деятельность собеседника, принятие решений, мировоззрение. Успешная тактика делового общения, по определению С. И. Ожегова, предполагает многообразие средств и приемов, используемых для достижения конкретных коммуникативных целей. Формирование коммуникативных действий в ситуациях межкультурного делового общения зависит от используемых тактик, которые подчиняются правилам, направленным на достижение конкретных коммуникативных целей. Целью каждой коммуникативной тактики является выражение отчетливой коммуникативной интенции адресата, а ее реализация предполагает модификацию параметров, оценок, речевой ситуации. Коммуникативные тактики относятся к последовательности речевых действий коммуникаторов, которые могут соответствовать или не соответствовать коммуникативной стратегии и подчиняются определенным правилам. Если коммуникативные стратегии очерчивают общую траекторию диалога, то тактики демонстрируют ее реализацию на каждом этапе развития коммуникативной ситуации.

Анализ образцов письменного и устного англоязычного бизнес-общения за последние несколько десятилетий указывает на значительные трансформации, происходящие в этой институциональной сфере. Выявленные тенденции к отходу от традиционных коммуникативных норм и нарушению ранее устойчивых установок и правил вербального поведения подчеркивают

важность и необходимость создания адекватной методологической базы для всестороннего изучения данной многогранной проблемы.

Во второй главе «Анализ лингвопрагматических особенностей деловых переговоров на материале английского языка» исследуются стилистические особенности языка, используемого в деловых переговорах. Анализируется, как выбор лексики, синтаксиса и риторических приемов влияет на восприятие и эффективность коммуникации. Обсуждаются такие аспекты, как формальность и неформальность языка, использование профессионального жаргона и терминологии, а также роль невербальных средств коммуникации. Уделяется внимание тому, как стилистические особенности могут способствовать созданию доверительной атмосферы и улучшению взаимопонимания между участниками переговоров.

Так как, в широком понимании, прагматика нацелена на рассмотрение практических последствий и реальных эффектов от тех или иных действий, в том числе выбора языковых средств; а в узком смысле слова прагматик - это человек, который выстраивает свою систему поступков и взглядов на жизнь в аспекте получения практически полезных результатов (тип людей предпочитает действовать быстро и эффективно), выбор определенных техник и приемов для успеха деловой коммуникации играет решающую роль.

Наиболее успешные техники: силлогизм, то есть использование логических конструкций, чтобы предоставить свои доводы; доказательства и примеры; эмоциональное вовлечение; обратная связь; адаптация стиля общения и, наконец, искренность.

В практической главе исследуются различные способы, которыми участники переговоров представляют свои стратегии и тактики. Описываются основные коммуникативные стратегии, такие как убеждение, компромисс и маневрирование, а также тактики, используемые для их реализации. Анализируются примеры из реальных деловых переговоров, иллюстрирующие, как участники используют различные подходы для достижения своих целей. Обсуждается также, как успешная репрезентация стратегий может влиять на исход переговоров и на отношения между

сторонами.

Поскольку основное предназначение переговоров это с помощью взаимного обмена мнениями получить соглашение, которое отвечает интересам обеих сторон, и достичь результатов, которые бы устроили всех его участников, для достижения наиболее положительных результатов, следует учесть, что такие факторы, как различия в менталитете оппонентов, несоответствие жестов для представителей различных стран, лингвистическая индивидуальность играют весомую роль не только в самом процессе переговоров, но и влияют на конечный результат. При этом национально-культурные расхождения рассматриваются как фундаментальная основа возникновения непонимания в коммуникативных ситуациях. Не менее важен и контекст. Каждые деловые переговоры проходят в определённом контексте, включая культурные, экономические и правовые аспекты. Этот контекст может существенно повлиять на то, как проходят переговоры и на какие условия стороны согласны. Например, в различных культурах могут существовать различные подходы к ведению переговоров, что важно учитывать.

В данной главе анализируется, как контекст и ситуация влияют на процесс переговоров и их результаты. Рассматриваются факторы, такие как культурные различия, организационная среда и специфика отрасли, которые могут оказывать значительное влияние на стиль и содержание переговоров. Обсуждается, как понимание контекста может помочь участникам адаптировать свои стратегии и тактики, чтобы лучше соответствовать ожиданиям и потребностям другой стороны. Приводятся примеры, показывающие, как игнорирование контекста может привести к недопониманию и конфликтам.

Кроме того, изучается, как прагматическая адаптация участников переговоров может повысить их эффективность. Анализируется, как способность участников адаптировать свои коммуникативные стратегии в зависимости от ситуации, контекста и реакции собеседника может способствовать более успешному взаимодействию. Рассматриваются примеры

успешной прагматической адаптации, а также случаи, когда недостаток гибкости в подходах приводил к неудачам в переговорах. Обсуждается важность развития навыков прагматической адаптации для профессионалов, занимающихся деловыми переговорами.

Итак, практическое исследование предоставляет глубокий анализ лингвопрагматических особенностей деловых переговоров на материале английского языка, подчеркивая важность стилистических, стратегических и контекстуальных факторов для успешного взаимодействия. Деловые переговоры - это многофункциональный процесс, который требует от участников не только навыков коммуникации и умения вести диалог, но и глубокого анализа ситуации, подготовки и стратегического мышления. Понимание основных характеристик и этапов переговорного процесса может значительно повысить шансы на успех в бизнесе.

**Заключение.** Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. Лингвопрагматический и культурологический подходы изучения процесса деловой коммуникации позволяют сделать вывод о том, что различные культурные системы способствуют развитию специфических стилей переговоров, таких как стиль национальной культуры, исторические моменты, отраженные в современных взглядах и подходах, политика и т.д., на которые оказывают влияние три основных фактора:

1. национальный (различные стили переговоров),
2. организационный (определенные культуры, развитые внутри международных организаций),
3. фактор профессиональной культуры (культуры, развитые среди профессионалов).

Все перечисленные факторы в той или иной мере определяют выбор языковых и речевых средств. Деловые переговоры представляют собой особую форму социального взаимодействия с уникальными целями, нормами и отношениями. Коммуникация во время переговоров включает в себя различные формы обмена информацией, включая невербальные сигналы,

вербальные сообщения, подтекст, символы, метафоры, речевые и этикетные клише.

Ритуальный характер деловых переговоров требует строгой последовательности этапов и использования штампованных фраз и речевых паттернов для стратегического управления переговорным процессом. В межкультурном деловом дискурсе обычно используется нейтральная лексика, но для передачи субъективных установок и эмоций может также использоваться эмоционально-оценочный и экспрессивно-образный язык. Выразительность в межкультурном деловом общении включает в себя несколько коннотативных аспектов, таких как оценочность, эмоциональность, образность, интенсивность. Переговоры являются особым видом социальной интеракции, которая отличается своими задачами, отношениями, нормами от других видов коммуникации. Кроме того, она характеризуется спланированным и тактическим поведением оппонентов. Переговорный процесс является контролируемой интеракцией, происходящая по правилам социально обозначенных норм деловой коммуникации. Анализ вербальных средств, применяемых для успешного осуществления дискурсивных целей участников переговоров, продемонстрировал, что для всех этапов переговорного процесса характерно обращение к нейтральной лексике, общепринятым и специализированным терминам, клишированным фразам делового союза, а также прибегают к использованию речевых штампов, вопросительных предложений, модальных слов, глаголов с широкой гаммой семантических значений.

На ход деловых переговоров существенное влияние оказывают контекстные и ситуационные факторы. Контекст и его составляющие играют чрезвычайно важную роль в переговорном процессе. Контекст переговоров включает в себя различные виды контекста и его элементы, а именно: физический контекст: место и обстановка, в которой проходят переговоры. Например, переговоры в уютном конференц-зале могут способствовать созданию более благоприятной атмосферы для сотрудничества, чем в стерильном офисе. Временной контекст: время проведения переговоров,

которое может повлиять на срочность и готовность сторон к достижению соглашения. Например, переговоры в конце квартала могут вынудить отдел продаж пойти на уступки. Социальный контекст: отношения, динамика власти и культурные особенности сторон, участвующих в переговорах. Культурные различия могут привести к разным стилям переговоров; например, коллективистские культуры могут отдавать предпочтение групповому консенсусу перед индивидуальной выгодой. Исторический контекст: предыдущее взаимодействие и опыт сторон могут определять ожидания и стратегии в текущих переговорах.

Прагматичный подход позволяет переговорщикам распознавать и адаптироваться к нюансам, присутствующим в каждой уникальной ситуации. Зная физический, временной, социальный и исторический контекст, переговорщики могут эффективно адаптировать свои стратегии, повышая вероятность достижения успешных соглашений.

Таким образом, полученные выводы позволяют утверждать, что исходная гипотеза исследования оказалась верной. Вместе с тем следует отметить, что поставленные задачи решены и цель исследования достигнута. Перспективным направлением в развитии темы исследования можно назвать дальнейшего всестороннего изучения прагматической адаптации участников переговоров с целью повышения их эффективности на материале разных языков и культур.