

DOI: <https://doi.org/10.46991/FLHE/2023.27.2.035>

Ռուզաննա ԲԱՂՐԱՍՅԱՆ*
Երևանի պետական
տնտեսագիտական համալսարան

ԼԵԶՎԱՈՃԱԿԱՆ ՀՆԱՐՆԵՐԻ ԴԵՐԸ ՍԿԶԲՈՒՆՔԱՅԻՆ ԲԱՆԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՈՒՄ

Սույն հոդվածում քննության են առնվում գործարար բանակցություններում կիրառվող համոզման խոսքի լեզվաոճական առանձնահատկությունները: Մասնավորապես ուսումնասիրվում է Սկզբունքային բանակցություններում լեզվաոճական որոշակի հնարների (մեղմասություն, մակդիր, շրջասույթ, աստիճանավորում, փոխանունություն, փոխաբերություն և այլն) արդյունավետ կիրառման ռազմավարությունները՝ իրադրական, գործառական և անհատական ոճերի համատեքստում: Անդրադարձ է կատարվում Սկզբունքային բանակցությունների մեթոդին, հիմնարար արժեքին, չորս հիմնական դրույթներին, ինչպես նաև ԲՀԼԱ-ի (բանակցային համաձայնության լավագույն այլընտրանքը – BATNA-best alternative to the negotiated agreement) կարևորությանը: Սկզբունքային բանակցությունների մեթոդը մշակվել է Հարվարդի բանակցային ծրագրի շրջանակներում՝ Ռ. Ֆիշերի, Ու. Ուրիի և Բ. Փաթթընի կողմից: Սույն բանակցային մեթոդի հիմնական նպատակը խնդրո առարկայի նկատմամբ կոշտ, մարդկանց նկատմամբ մեղմ մոտեցումն է: Գործարար խոսույթի լեզվաոճական վերլուծության միջոցով վեր են հանվում այն ոճական հնարները, որոնց կիրառումը ապահովում է Սկզբունքային բանակցությունների արժեքների առկայացումը: Առանձնակի շեշտադրվում է բանակցային գործընթացում համոզման խոսքի որպես լեզվական ներգործության ռազմավարական հնարի կիրառման արդյունավետությունը:

* rouzannabaghramyan@gmail.com ORCID 0000-0001-9056-0842



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Received: 17/10/2023

Revised: 15/11/2023

Accepted: 29/11/2023

© The Author(s) 2023

Հողվածում առկա օրինակների քննության համար հիմք են հանդիսացել ֆիլմերից ընտրված բանակցային հատվածներ: Վերլուծության արդյունքում առանձնացվում են այն լեզվաոճական հնարները, որոնք առավել կիրառելի են Սկզբունքային բանակցություններում:

Բանալի բառեր. *հոետորաբանություն, համոզման խոսք, լեզվաոճական հնարներ, Սկզբունքային բանակցություններ*

Ներածություն

Ժամանակակից գործարար մարդու բանակցային գործիքակազմը շարունակաբար արդիականացվում է նորագույն աշխարհի մարտահրավերներին համապատասխան: Ոճական հնարների արդիականացումը նույնպես շարունակական գործընթաց է, որն իրականացվում է հիմք ընդունելով դասական հոետորաբանությունը (ճարտասանություն) և նրա բաղադրիչները՝ էթոսը, պաթոսը և լոգոսը:

Հոետորաբանության արվեստն ուսումնասիրելու, վերլուծելու, վերջինիս արդիականությունն ու արդյունավետությունն ընկալելու համար, նախևառաջ պետք է անդրադարձ կատարել հոետորաբանության ակունքներին և առանձնացնել այն հիմնասյուները, որոնց վրա կառուցվել է հոետորաբանությունը և հիմք հանդիսացել կարևորագույն տեսությունների առաջացմանը, ինչպիսիք են զանգվածային հաղորդակցության տեսությունը (Ch. Cooley, W. Lippmann, H. Blumer, A. Pratkanis, E. Aronson), փաստարկման տեսությունը (Ch. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca, J. Wenzel), ենթադրության տեսությունը (J. Austin, W. Quine, E. Падучева):

Հոետորաբանությունը կամ հոետորական արվեստը առաջացել է Հին Հունաստանում, որտեղ այն դիտարկվում էր որպես «համոզելու արվեստ»: «Դասական իմաստով հոետորաբանությունը կամ հոետորությունը ճառ պատրաստելու, կառուցելու և հրապարակայնորեն մատուցելու գիտությունն ու արվեստն է հանդիսատեսի վրա ցանկալի ազդեցություն ունենալու նպատակով» (Замелтдинова, 2016, էջ 5-6):

Պատմության ընթացքում հոետորաբանությունն ունեցել է անկման և վերելքի շրջափուլեր՝ նպաստելով նոր գիտակարգերի ձևավորմանը (գրականություն, գեղագիտություն, ոճագիտություն,

գործաբանություն, ճանաչողական գիտություններ) և դրսևորվել այդ գիտակարգերի միջոցով: Հետևաբար, եթե հռետորաբանությունը կիրառելի է գրեթե բոլոր բնագավառներում, ապա կարելի է դիտարկել այն որպես ընդհանուր հարթակ, որտեղ տարբեր գիտակարգեր կարող են հասվել և ձևավորել նորը կամ դրսևորվել նորովի: Հարկ է նշել, որ հենց այս միավորող հատկության շնորհիվ է, որ հռետորաբանությունը վերաճունդ ապրեց 20-րդ դարում և դարձավ գիտության հարացույց (А. К. Михальская, Ю. С. Степанов, С. С. Аверинцев, Н. А. Безменова, Ch. Perelman, W. Mann, S. Thompson և այլք):

Ժամանակակից սիներգետիկ¹ մոտեցումը հնարավորություն է ընձեռում հետազոտությունները անցկացնել տարբեր դիսկուրսների հատման արդյունքում ձևավորված ոլորտներում կիրառելով տարատեսակ մեթոդներ: Օրինակ Լ. Հարությունյանն իր «Տնտեսական իրադարձության լեզվաճանաչողական մոդելավորումը» դոկտորական աշխատությունում անդրադառնում է մեդիա և տնտեսական դիսկուրսների հատմանը, որը հաստատում է նաև սիներգետիկ մեթոդի արդիականությունը: «Տնտեսական մեդիադիսկուրսը խոսույթային յուրօրինակ համաձուլվածք է, հնարավոր այլընտրանքային աշխարհ, որն ունի բնորոշ գծեր և առանձնահատկություններ» (Հարությունյան, 2017, էջ 65):

Ժամանակակից հռետորաբանությունը, որն արտացոլում է տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ժամանակաշրջանը, չի կարող ունենալ մեկ հստակ ձևակերպում: Ռուս լեզվաբան Ս. Ի. Գինդինը առաջարկում է *հռետորաբանություն* եզրույթին վերագրել երկու իմաստ նեղ և լայն: Նեղ իմաստով հռետորաբանության առարկան հռետորական արվեստն է, քանզի մենք չունենք այլ եզրույթ անվանակոչելու նմանատիպ բազմագործառությային գիտակարգ: «Սյուս կողմից հռետորաբանության առարկա կարող է լինել յուրաքանչյուր տեսակի բանավոր հաղորդակցություն դիտարկված հասցեատիրոջ վրա նախապես ընտրված ազդեցության իրականացման տեսանկյունից: Այլ կերպ ասած, հռետորաբանությունը գիտություն է արդյունավետ հաղորդակցման պայմանների և ձևերի մասին» (Гиндин, 1986, էջ 364):

Հռետորաբանության առանցքային համակարգը կազմավորել և զարգացրել է հույն փիլիսոփա Արիստոտելը՝ մ.թ.ա 4-րդ դարում:

¹ *Սիներգիա* տերմինը ներմուծել է գերմանացի ֆիզիկոս Յ. Հակենը 1973 թ-ին: Հունարենից թարգմանաբար *սիներգիան* նշանակում է օգնություն, համակարգի տարրերի փոխազդեցություն մեկ ամբողջության մեջ:

«Սահմանենք հոետորաբանությունը որպես ցանկացած թեմայի շուրջ համոզելու հնարավոր ուղիների գտնելու կարողություն...: Հոետորաբանության խնդիրը ոչ թե համոզելն է, այլ յուրաքանչյուր խնդրի համար համոզման ուղիների գտնելը» (Аристотель, 2021, էջ 408):

Իր «Հոետորաբանություն» հայտնի աշխատությունում, Արիստոտելը առանձնացնում է համոզման երեք կարևորագույն բաղադրիչ, որոնց վրա հիմնվելով, հոետորը պետք է կազմի իր ազդեցիկ խոսքը: Դրանք են էթոս - հեղինակություն, բարեվարքություն, բարի կամք, պաթոս – հուզական բաղադրիչ, լոգոս - փաստարկներ, տրամաբանական հիմնավորումներ: Արիստոտելը պնդում է, որ բաղադրիչները պետք է բաշխվեն հավասարաչափ, այլապես համոզման խոսքը չի լինի արդյունավետ և կդադարի ծառայել իր վերջնանպատակին (Аристотель, 2021):

Սկզբունքային բանակցությունների մեթոդը

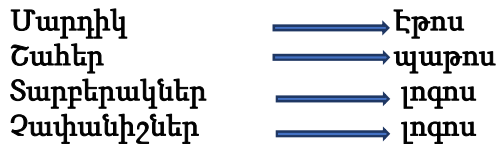
Սկզբունքային բանակցությունների մեթոդը (Method of Principled Negotiations) մշակվել է իրավագիտության պրոֆեսոր Ռ. Ֆիշերի, բանակցությունների և միջնորդության փորձագետ Ու. Ուրիի և Հարվարդի բանակցային ծրագրի (Harvard Negotiation Project) համահիմնադիր Բ. Փաթթընի կողմից՝ վերոնշյալ ծրագրի շրջանակներում: Հիմնական դրույթները և մոտեցումները ամփոփված են «Համաձայնության հասնելու ուղին. Բանակցություններ առանց պարտվողների» (“Getting to Yes – Negotiating an agreement without giving in”) աշխատությունում (Fisher, Ury, & Patton, 2011): Սկզբունքային բանակցությունների հիմնարար արժեքը հետևյալն է՝ մեղմ մոտեցում մարդկանց և կոշտ մոտեցում խնդրո առարկայի նկատմամբ: Առանձնացնում են Սկզբունքային բանակցությունների 4 հիմնական դրույթներ

1. Մարդիկ - տարանջատեք մարդկանց հիմանխնդրից,
2. Շահեր - կենտրոնացեք շահերի և ոչ թե դիրքերի վրա,
3. Տարբերակներ - նախքան որոշում կայացնելը մշակեք մի շարք հնարավորություններ,
4. Չափանիշներ - պնդեք, որպեսզի արդյունքը հիմնված լինի օբյեկտիվ չափորոշիչների վրա:

Սկզբունքային բանակցությունների մեթոդի հաջորդ առանցքային բաղադրիչը ԲՀԼԱ-ն է (Բանակցային համաձայնության

լավագույն այլընտրանք, BATNA – Best Alternative To The Negotiated Agreement): ԲՀԼԱ եզրույթը ստեղծել և առաջին անգամ կիրառվել է Ռ. Ֆիշերի և Վ. Ուրիի կողմից: «Պատճառը, որ դուք բանակցում եք, ավելի լավ արդյունքի հասնելն է, քան այն արդյունքը, որ կարող էիք ունենալ առանց բանակցությունների: Որո՞նք են այդ արդյունքները: Ո՞րն է ձեր այլընտրանքը: Ո՞րն է ձեր ԲՀԼԱ-ն բանակցային համաձայնության ձեր լավագույն այլընտրանքը: Դա այն ստանդարտն է, որով պետք է չափվի ցանկացած առաջարկվող համաձայնագիր» (Fisher et al., 2011, էջ 51): Ցանկալի չէ սկսել բանակցություններն առանց Ձեր ԲՀԼԱ-ն հստակ իմանալու:

Եթե փորձենք համադրել հոետորաբանության բաղադրիչները (էթոս, պաթոս, լոգոս) սկզբունքային բանակցությունների դրույթների հետ, ապա կունենանք հետևյալ պատկերը ²



Հարկ է նշել, որ նմանատիպ գուգորդումը կայուն չէ, և, կախված բանակցությունների ընթացքից, բաղադրիչները կարող են փոխվել տեղերով, ինչպես նաև համագործակցել: Օրինակ, համապատասխան լեզվաոճական հնարներով (պաթոս/մարդիկ) մարդկանց հիմնախնդրից առանձնացնելը (էթոս/շահեր) կարող է էականորեն արժևորել բանակցային կողմերից մեկի առաջադրած ոչ այնքան հիմնավոր փաստարկները (լոգոս/տարբերակները, չափանիշները):

Սկզբունքային բանակցությունների փիլիսոփայությունը ենթադրում է լեզվական այնպիսի միջոցների կիրառում, որոնք կօգնեն արդյունավետ կերպով հարթել տարաձայնությունները, գտնել ընդհանուր շահեր և խուսափել անձնական հակամարտությունից: Նման մոտեցումը շատ հաճախ պահանջում է իրարամերժ հենքի վրա ձևավորված դիսկուրս: «Ոչ մի այլ արվեստ չի անդրադառնում հակառակ հիմքերից ստացված եզրակացություններին. միայն դիալեկտիկան և հոետորաբանությունը, քանզի երկուսն էլ հավասարաչափ կերպով գործ ունեն

² Դասակարգումը մշակված է սույն հոդվածի հեղինակի կողմից:

հակադրությունների հետ» (Аристотель, 2021, էջ 407): Հոետորաբանական փաստարկը էնթիմեման է, որը սիլլոգիզմի հակիրճ տեսակ է, կիրառվում է հիմնականում բանավոր խոսքում, որի ենթադրյալ բաց թողնված հատվածը կարելի է կոահել հարատեքստից (ենթադրության տեսություն): Էնթիմեման շատ կիրառելի է Սկզբունքային բանակցություններում, երբ նպատակն է քաղաքավարի և նրբանկատ կերպով խուսավարել կոշտ և մեղմ մոտեցումների շրջանակներում:

Հատկանշական է, որ բանակցային գործընթացը առավել հաճախ պահանջում է լեզվի տարբեր գործառական ոճերի սինթեզում կանխադրված արդյունքներին հասնելու նկատառումով:

Համոզման խոսքը Սկզբունքային բանակցություններում

Ս. Գաապարյանը իր «Фигура сравнения в функциональном освещении» մենագրությունում անդրադառնում է անգլերենի երկու հիմնական գործառական ոճերին՝ ինտելեկտիվ և գեղարվեստական, որտեղ ինտելեկտիվը պատասխանատու է հաղորդագրության փոխանցման համար, իսկ գեղարվեստականը՝ ազդեցության/ներգործության համար (Гаспарян, 2013, էջ 21):

Այսինքն, լեզվաոճական հնարների միջոցով բանակցող կողմերը ապահովում են դիսկուրսի գեղարվեստական կողմը, իսկ փաստերի միջոցով ինտելեկտիվ կողմը:

Ինչպես արդեն նշվել է, հոետորաբանության հենքի վրա ձևավորվել է նաև փաստարկման տեսությունը, որի ռազմավարական հնարքներից մեկը համարվում է համոզման խոսքը: Ռուս հետոզոտող Ա. Ալեքսեևը նշում է, որ փաստարկումը ուղղված է մարդուն, վերջինիս տեսակետներին, գործունեությանը և վարքագծին (Алексеев, 1991, էջ 17): «Փաստարկումը բացահայտ կամ ոչ բացահայտ երկխոսության ձևով իրականացվող կշռադատություն է, որի ընթացքում առաջադրվում է որևէ դրույթ, ապացուցվում է այդ դրույթը, հերքվում է ընդդիմախոսի (առկա կամ հնարավոր) հակափաստարկները, արժևորվում է առաջադրված դրույթը որպես գործողության ծրագիր, ստեղծվում է թեզիսի ճմարտության և գործողության ծրագրի նպատակահարմարության վերաբերյալ համոզմունք՝ ցանկանալով դարձնել ունկնդրին (ընդդիմախոսին, բանավիճողին) փաստարկողի համախոհը և առաջադրված ծրագրի իրականացման համամասնակիցը» (Բրուտյան, 1998, էջ 123):

Փաստարկման ամենահայտնի տեսաբաններից Խ. Պերելմանը և Լ. Օլբրեխտ-Տիտեկան պնդում են, որ «...հոետորաբանության առարկան պետք է համադրել կարծիքի և ոչ թե ճշմարտության հետ: Արժեքը՝ ինչպես և ճշմարտությունը, համարվում է ոչ թե հատկություն, այլ իրականության և այն արտահայտող մտքի հարաբերություն» (Перельман, Ольбрехт-Тытека, 1952, цит. по: Анненкова, 2012, էջ 9):

Վերոգրյալ մոտեցումը արտացոլում է Սկզբունքային բանակցությունների որդեգրած մարտավարությունը, որտեղ բանակցողները առաջ են մղում շահերը, որոնք մի կողմից հիմնված են բանակցվող խնդրի շուրջ ձևավորված կարծիքի (մտավոր կաղապարի) վրա, որը միշտ չէ որ նույնականացվում է ճմարտության հետ, մյուս կողմից կարծիքի առկայացման գործընթացը հիմնված է Սկզբունքային բանակցությունների արժեքների (4 չափանիշների) պահպանման և կիրառման արդյունավետության վրա:

Հիմք ընդունելով Արիստոտելյան փաստարկման տարրերը (էթոս, պաթոս, լոգոս), կարելի է ենթադրել, որ համոզման խոսքը որպես փաստարկային հաղորդակցության ձև, առկայացնում է երկու գործառույթ՝ վստահեցնելու (argument by conviction՝ լոգոս) և հավատացնելու (argument by persuasion՝ էթոս, պաթոս):

Առաջին տարբերակում խոսողը ներկայացնում է փաստեր, որոնց նկատմամբ ունի հստակ վստահություն և հետևաբար վստահ է խոսում (argument by conviction): Երկրորդ գործառույթը կիրառելիս խոսողը համոզում է զրուցակցին փորձելով ներգործություն ունենալ վերջինիս որոշումների կամ կարծիքի ձևավորման վրա (argument by persuasion): Շահեկան համոզման խոսք ձևավորելու համար, անհրաժեշտ է երկու գործառույթների միաժամանակյա կիրառումը:

Սկզբունքային բանակցությունների և ոճագիտության փոխգործակցումը

Ինչպես արդեն նշվել է, ոճագիտության ակունքները սկիզբ են առնում Հին Հունաստանից (հոետորաբանություն), սակայն ժամանակակից ոճագիտությունը ձևավորվել է 19-րդ դարի վերջին և 20-րդ դարի սկզբին՝ ռուսական ֆորմալիզմի և չեխական ստրուկտուրալիզմի (կառուցվածքաբանություն) հիման վրա:

Ոճագիտությունը, որպես լեզվաբանության առանձին բաժին, ներառում է ուսումնասիրության առավել լայն շրջանակ, քան վերջինիս հարակից գիտաճյուղերը (բառագիտություն, հնչյունաբանություն, ձևաբանություն, շարահյուսություն և այլն), որոնք ունեն ուսումնասիրության առավել հստակ բնագավառ: Ինչպես նշում է Լ. Եզեկյանը «Ոճագիտության ուսումնասիրության ոլորտում ընդգրկվում են լեզվական բոլոր միավորները սկսած լեզվի նվազագույն տարրերից, մինչև խոսքի ամենաբարձր մակարդակը՝ իրենց պատկերավոր, արտահայտչական և հուզական երանգավորումներով» (Եզեկյան, 2007, էջ 7):

Ի. Գալպերինը նշում է, որ ոճաբանությունը ուսումնասիրում է տեքստերի այն տեսակները, որոնք առանձնանում են հաղորդակցության գործաբանական հայեցակետով՝ անվանելով դրանք լեզվի գործառական ոճեր (functional styles) և լեզվական հատուկ միջոցները, որոնք ապահովում են խոսքի ցանկալի ազդեցությունը: Վերջիններս, ըստ գիտնականի, ոճական հնարներն ու արտահայտչամիջոցներն են (Galperin, 1977, էջ 11):

Սկզբունքային բանակցությունների դրույթներին առավել համարժեք է Բյուֆոնի բնորոշումը «Ոճը ինքը մարդն է» (Buffon, as cited in Galperin, 1977, էջ 12), քանզի բանակցողը չի վարում դիրքային բանակցություն, այլ, հետամուտ լինելով շահերի առաջնումանը, միահյուսելով լեզվագործաբանական հասանելի տարրերը՝ կերտում է տվյալ իրավիճակին համապատասխան իր ոճը:

Առանձնանում են երեք տեսակի ոճեր՝ իրադրական, գործառական և անհատական (Ջահուկյան, Խլղաթյան, 2007, էջ 19):

Ռուս լեզվաբան Ի. Աոնոլդը իր «Стилистика: Современный английский язык» ձեռնարկում անդրադառնում է *լեզվական ոճագիտություն* (стилистика языка) և *խոսքային ոճագիտություն* (стилистика речи) հասկացությունների միջև առկա տարբերություններին և նշում, որ «**լեզվի ոճագիտությունը** մի կողմից ուսումնասիրում է լեզվական ենթահամակարգերի առանձնահատկությունները, որոնք կոչվում են գործառական ոճեր և ենթալեզուներ և բնութագրվում են բառապաշարի ինքնատիպությամբ, դարձվածքաբանությամբ և շարահյուսությամբ, իսկ մյուս կողմից՝ տարբեր լեզվական միջոցների արտահայտիչ, զգացմունքային և գնահատող հատկությունները: **Խոսքի ոճագիտությունը** ուսումնասիրում է առանձին իրական տեքստեր, քննելով, թե ինչպես են նրանք փոխանցում բովանդակությունը՝ հետևելով լեզվի հայտնի քերականական և ոճական նորմերին և նաև ինչպես են շեղվում այդ

նորմերից» (Арнольд, 2002, էջ 10): Ըստ Ի. Առնոլդի՝ այստեղ գործ ունենք բառերի հիմնանշանակային և հարանշանակային իմաստների հետ, որոնք ուսումնասիրվում են լեզվագործաբանական տիրույթում:

Ամերիկացի բանասեր, նշանագետ Մ. Բիֆֆատերը իր ուսումնասիրություններում վեր է հանում տեղեկատվության կողավորմանը և ապակողավորմանը օժանդակող լեզվական առանձնահատկություններին առնչվող խնդիրները, որոնք էլ հիմք են ծառայում *սպակողավորման ռճագիտություն* (decoding stylistics) հասկացության ձևավորմանը (Riffaterre, 1959): Չնայած այն հանգամանքին, որ Մ. Բիֆֆատերը ուսումնասիրում և քննարկում է ռճագիտության խնդիրները գեղարվեստական տեքստերի և բանաստեղծությունների համատեքստում, նրա դիտարկումներն ու եզրահանգումները կիրառելի են նաև բանակցային խոսույթի վերլուծության՝ բանակցող կողմերի խոսույթի ապակողավորման գործընթացում: Փաստենք, որ լեզվառճական հնարները կիրառվում են որպես կողավորված ազդակներ/հուշումներ, որոնք վերլուծելով և ապակողավորելով, գրուցակիցը կարող է կռահել կամ հասկանալ իրեն ուղղված խոսքի ներակա իմաստը:

Սկզբունքային բանակցությունների խոսույթի լեզվառճական վերլուծություն

Հիմնվելով վերոգրյալ ձևակերպումների և տեսակետների վրա՝ դիտարկենք օրինակներ «The Godfather», «Suits», «Erin Brockovich» ֆիլմերից, որտեղ լեզվառճական քննության է առնվում բանակցային գործընթացում կիրառվող գործարար խոսույթը՝ ռճական հնարների և արտահայտչական միջոցների կիրառման տեսանկյունից: Նախ անդրադառնանք մեղմասություններին: *Euphemism* բառը առաջացել է հունարեն *euphemia* բառից (euphemi. eu - լավ, phemi - խոսք) և միտված է մեղմելու ուղիղ կամ կտրուկ ձևակերպումները: «Էվֆեմիզմ է կոչվում «անքաղաքավարի» կամ «անհարմար» համարվող բառերի փոխանակումը նորերով» (Ադայան, 1987, էջ 397): «Այսպիսով, մեղմասությունները հոմանիշներ են, որոնք նպատակ ունեն կանխամտածված մեղմ ազդեցություն առաջացնել» (Galperin, 1977, էջ 159): Մեղմասության վերոգրյալ ձևակերպումները փաստում են, որ լեզվառճական սույն հնարի կիրառումը արդյունավետ ռազմավարություն է Սկզբունքային բանակցու-

թյունների հիմնարար արժեքի առկայացման համար (մեղմ մոտեցում մարդկանց և կոշտ մոտեցում խնդրո առարկայի նկատմամբ):

Դիտարկենք «The Godfather» ֆիլմից մի հատված, որտեղ տեղի են ունենում բանակցություններ պարոն Վիտո Կորլեոնեի և մաֆիայի հինգ պարագլուխների միջև հաշտություն կնքելու և ազդեցության ոլորտների բաշխման շուրջ:

Պարոն Զալուչին ներկայացնում է թմրանյութերի վերաբերյալ իր տեսակետը:

Zaluchi – I also don't believe in *drugs*. For years, I paid my people extra so they wouldn't do that kind of business. Somebody comes to them and says, "I have *powders*. If you put up three, four-thousand-dollar investment, we can make fifty thousand distributing". So, they can't resist. I want to control it as a business, to keep it *respectable*. I don't want it near schools. I don't want it sold to children. That's an *infamia*. In my city, we would keep the traffic in *dark people*, the *colored*. ... so let them lose their souls. (Ruddy & Coppola, 1972):

Պարոն Զալուչին իր խոսքում օգտագործում է *drugs* և *powders* մեղմասությունները խուսափելով *թմրանյութ* (narcotics) բառից, որը կարող է ներկաներից որոշների մոտ առաջացնել բացասական գուգորդումներ տվյալ բանակցվող թեմայի նկատմամբ առկա մտավոր կաղապարի հիման վրա: Ավելին, այս մեղմասության կիրառումը անհատական և իրադրական ոճերի սինթեզի ցուցադրում է, որով պարոն Զալուչին ընդգծում է թե՛ իր վերաբերմունքը թմրանյութի նկատմամբ, թե՛ հարգանք ցուցաբերում ներկա այն մարդկանց նկատմամբ, ովքեր դեմ են թմրանյութի շրջանառությանը: Ներկայացնելով հավաստացնող փաստարկ (argument by persuasion)՝ նա էթոսի (մարդիկ)՝ *I also don't believe in drugs* և պաթոսի (շահեր)՝ *I paid my people extra so they wouldn't do that kind of business* միջոցով իր անձը տարանջատում է խնդրո առարկայից՝ առկայացնելով Սկզբունքային բանակցությունների առաջին դրույթը: Այնուհետև առաջադրում է վստահեցնող փաստարկը (argument by conviction)՝ *I have powders. If you put up three, four-thousand-dollar investment, we can make fifty thousand distributing*". So, they can't resist, այսինքն լոգոսը, որն էլ ենթադրում է տարբերակների և չափանիշների քննարկում

(Մկզբունքային բանակցությունների երրորդ և չորրորդ դրույթները): Նմանատիպ ռազմավարության կիրառումը երաշխավորում է գործարար շահերի առաջ մղում՝ բացառելով անձնական հակամարտությունը:

Հաջորդ լեզվաոճական հնարը հակադրություն մատնանշող էնթիմենն է, որն արտահայտված է *respectable* մակդիրի միջոցով: Ինչպե՞ս կարելի է թմրանյութի առքուվաճառքի վերահսկողությունը բնորոշել *respectable* (ընդունելի, պատկառելի, հարգարժան) ածականի միջոցով (Խ. Գրիգորյան, Ջ. Գրիգորյան, 2010, էջ 852): Մակդիրի կիրառումը պարոն Զալուչիի կողմից միտված է թիրախավորելու ներկաների հուզական դաշտը: Ինչպես նշում է Ի. Գալպերինը՝ «Մակդիրը ոճական հնար է, որը հիմնված է վերագրվող բառի, արտահայտության կամ նույնիսկ նախադասության հուզական և տրամաբանական իմաստների փոխազդեցության վրա: Այն օգտագործվում է առարկան բնութագրելու, և դրա հատկությունների կամ առանձնահատկությունների վերաբերյալ ընթերցողի անհատական ընկալման և արժևորման վրա ազդելու նպատակով: Մակդիրը նշանակալիորեն սուբյեկտիվ է և գնահատող: Տրամաբանական հատկանիշը զուտ օբյեկտիվ է, չգնահատող: Այն նկարագրական է և ցույց է տալիս խնդրո առարկայի կամ երևույթի բնորոշ կամ ակնառու հատկանիշը» (Galperin, 1977, էջ 145): Մակդիրը նաև լեզվաշարահյուսական դարձույթ է, քանի որ այն կատարում է սահմանման, հանգամանքի կամ հասցեական գործառույթներ և պարունակում է հուզական, արտահայտիչ կամ այլ իմաստներ, որոնց շնորհիվ արտահայտում է հեղինակի վերաբերմունքը տվյալ առարկայի նկատմամբ (Арнольд, 2002, էջ 30):

Հաջորդիվ, պարոն Զալուչին այնուհանդերձ բացում է փակագծերը և հստակ ձևակերպումներով ներկայացնում է իր տեսակետը (*I don't want it near schools. I don't want it sold to children.*):

Իր խոսքը առավել ազդեցիկ և տպավորիչ դարձնելու նպատակով, պարոն Զալուչին օգտագործում է *infamia* շրջասույթը: Հին Հռոմում *infamia*-ն բնութագրվում էր որպես հանրային խայտառակություն կամ հեղինակության կորուստ և վերջինիս դրույթները ընդգրկված էին Հուստինիանոսի օրենսդրությունում (Scott, 1932): Հարկ է նշել, որ վերոգրյալ շրջասույթը կողավորված ազդակ է (*infamia*-ի արդյունքում Հռոմի քաղաքացին զրկվում էր իրավական պաշտպանությունից), որի ճիշտ ապակողավորումը

կօզնի բանակցող կողմերին անել համապատասխան եզրահանգումներ (երեխաներին թիրախավորելու դեպքում, նրանք կգրկվեն մաֆիայի հովանավորչությունից):

Տիլմերում առկա գործարար խոսույթի տվյալ հատվածում ակնհայտ է գուգահեռաբար մեկ այլ լեզվաոճական հնարի՝ աստիճանավորման (gradation) կիրառումը: «Նշանակության աստիճանական աճը կարող է պահպանվել երեք եղանակով՝ տրամաբանական, զգացմունքային և քանակական» (Galperin, 1977, էջ 202) Պարոն Չալուչին, իր տրամաբանական փաստարկները հետզհետե սաստկացնելով և ավելացնելով, թիրախավորում է ներկաների զգացմունքները (երեխաներ), որն էլ հանգեցնում է գագաթնակետին՝ *infamia* շրջասույթի միջոցով: Իր խոսքի վերջնամասում, պարոն Չալուչին կիրառում է *dark people, the colored* փոխանունությունները՝ նկատի ունենալով սևամորթ մարդկանց: Փոխանունությունը ոճական հնար է և դիտարկվում է որպես դարձույթի տեսակ: «Դարձույթ են անվանում բառերի կամ արտահայտությունների օգտագործումը փոխաբերական իմաստով. փոխաբերություններ, փոխանունություններ, համըմբռնումներ և այլն» (Арнольд, 2002, էջ 87): Հարկ է նշել, որ վերոգրյալ տարբերակը կարելի է դիտարկել նաև որպես մեղմասություն: Նմանատիպ մոտեցումը հնարավորություն է ընձեռում ապակողավորել հաղորդագրությունը՝ ելնելով փոխադարձ շահերից:

Դիտարկենք վերջին հատվածը, որտեղ պարոն Չալուչին օգտագործում է *let them lose their souls* արտահայտությունը, որը նույնպես երկակի ապակողավորման հնարավորություն է տալիս: Մի կողմից կարող ենք հասկանալ բառացիորեն, որ նրանք (սևամորթ մարդիկ) կմահանան, մյուս կողմից կարելի է ընկալել իբրև շրջասույթ՝ հղում անելով Ատվածաշնչին, որտեղ ասվում է «For what is a man profited, if he shall gain the whole world and lose his own soul?» (King James Version, Matthew 16:25-27):

Հետևաբար, բանակցությունների սույն հատվածի վերլուծությունից կարելի է եզրահանգել, որ պարոն Չալուչին իր գործարար խոսույթում կիրառում է լեզվաոճական հնարներ՝ մասնավորապես շրջասույթ, մեղմասություն, փոխանունություն, մակդիր, որոնց շնորհիվ առաջ է մղում իր շահերը՝ ներկայացնելով համոզիչ (էթոս) և վստահելի (լոգոս) փաստարկներ և կոշտ մոտեցում ցուցաբերում խնդրո առարկայի նկատմամբ: Միևնույն ժամանակ լեզվական ճիշտ հնարների և ոճի շնորհիվ մեղմացնում է բանակցողների (տվյալ

պարագայում Վիտո Կորլեոնեի) առերևույթ բացասական մոտեցումը բանակցվող հարցի շուրջ:

Տվյալ բանակցությունում պարոն Ջալուչին, հաշվի առնելով ներկաների և իր դիրքորոշումը քննարկվող թեմայի շուրջ, արդեն իսկ ներկայացնում է ԲՀԼԱ-ի (BATNA) իր տարբերակները. ընդհանուր համաձայնության այլընտրանք կարող է լինել երեխաների շրջանում թմրանյութի շրջանառության արգելքը, ինչպես նաև թմրանյութի առքուվաճառքի պատվիրակումը սևամորթերին:

Քննության առնենք շրջասույթի ևս մի քանի օրինակ «Suits» ֆիլմից:

Ներքոհիշյալ օրինակում բանակցում են Հարվի Սփեքթերը՝ «Pearson Hardman» հեղինակավոր իրավաբանական ընկերության ավագ գործընկերը և վերջինիս հաճախորդ՝ Ջոնսը, ում Հարվին փորձում է համոզել, որ կարիք չկա ևս մեկ ընկերություն ձեռք բերել այն էլ հիպոթեթով: Որպես նրա իրավաբան Հարվիի իրավասության շրջանակում է տեղեկացնել հնարավոր անցանկալի հետևանքների մասին:

Harvey – Jones, if you try to pursue a merger, you may not control what happens to your business that you built so passionately.

Jones – Okay, *Sherlock*. Hear me out. Combined we are 100 hotels in 23 countries. I like having multiple homes. (Korsh & Matheson, 2011)

Սույն օրինակում բանակցողների միջև առկա է անհամաձայնություն, սակայն նրան ջանք են գործադրում հասնելու խնդրի փոխշահավետ լուծմանը: Պարոն Ջոնսի կողմից Շերլոկի գրական կերպարին հղում անելը հենց այդ հաջողված ջանքերից մեկն է: Տվյալ շրջասույթի կիրառումը երկու նպատակ է հետապնդում. նախ մեղմացնում է հաջորդող անուղղակի մերժումը, ինչպես նաև զովաբանում է Հարվիին, քանզի Շերլոկի կերպարը դրական զուգորդումներ է առաջացնում մարդկանց մոտ:

Այս օրինակը նույնպես կարող ենք դիտարկել որպես մեղմասություն կամ փոխանունություն: Բանակցային գործընթացում, հաշվի առնելով գործաբանական մի շարք հանգամանքներ, լեզվաառձական հնարները տարատեսակ մեկնաբանություններ կարող են ունենալ:

Մեջբերենք շրջասույթի մեկ այլ օրինակ՝ «Erin Brockovich» ֆիլմից: Բանակցությունը ընթանում է մի կողմից Էրին Բրոկովիչի, փաստաբանական գրասենյակի տնօրեն պարոն Մասրիի, (ներկայացնում են Հինքլի քաղաքի բնակիչների շահերը), մյուս կողմից «Pacific Gas and Electric Company» ընկերության փաստաբան պարոն Ֆոյլի միջև: Վերոնշյալ ընկերությունը աղտոտել էր քաղաքի գրունտային ջրերը և դրա հետևանքով այդ շրջանում բնակվող քաղցկեղով հիվանդ քաղաքացիների թիվը աճել էր:

Mr. Foil - Mr. Masry before you go off on some *Crusade* you might want to remember who it is you're dealing with here. PG&E is a 28 billion dollar corporation. (DeVito, Shamberg, Sher, & Soderbergh, 2000)

Բանակցող կողմերից մեկը, փորձելով ընդգծել մյուս կողմի ապակառուցողական, նույնիսկ թշնամական նախաձեռնության հետևանքները, օգտագործում է *Crusade* շրջասույթը: Քեմբրիջյան առցանց բառարանը տալիս է *Crusade* բառի հետևյալ բացատրությունը. «one of the religious wars (= crusades) fought by Christians, mostly against Muslims in Palestine, in the 11th, 12th, 13th, and 17th centuries» (խաչակրաց արշավանք – քրիստոնյաների կողմից վարած կրոնական պատերազմներից մեկը, ուղղված հիմնականում Պաղեստինում բնակվող մուսուլմանների դեմ 11-րդ, 12-րդ, 13-րդ և 17-րդ դդ.): Պարոն Ֆոյլի կողմից սույն շրջասույթի կիրառումը կարելի է դիտարկել որպես նախազգուշացնող քայլ, բարի կամքի դրսևորում միտված փրկելու հետագա բանակցային գործընթացը:

Էրին Բրոկովիչի և պարոն Մասրիի ԲՀԼԱ-ն (BATNA) փոխհատուցվող գումարի քննարկումն է, որ, սակայն, մյուս կողմի ներկայացուցչի կողմից չի ընդունվում:

Հաջորդիվ, քննարկենք դարձույթի մեկ այլ տեսակի՝ փոխաբերության կիրառման արդյունավետությունը Սկզբունքային բանակցություններում: «Փոխաբերությունը սովորաբար սահմանվում է որպես թաքնված համեմատություն, որը կատարվում է մի առարկայի անունը մյուսի վրա կիրառելով և դրանով իսկ բացահայտելով երկրորդ առարկայի որևէ կարևոր հատկանիշ» (Арнольд, 2002, էջ 99): Վ. Վինոգրադովի բնորոշումը առավել մոտ է Սկզբունքային բանակցություններում հանդիպող փոխաբերությունների կիրառական ռազմավարությանը: «Լեզվական փոխաբե-

րությունները, թեև լինում են տարբեր տեսակի, միշտ նոր գիտելիքների արդյունք են: Նրանք սովորաբար ծնվում են ոչ թե բուն բառերի ներքին զարգացումից/դինամիկայից, այլ խոսքի գաղափարների մերձեցումից. այս մերձեցման արդյունքը նրանց փոխարինող նոր եզրույթն է» (Виноградов, 1977):

Izzy – I’ve been giving it a lot of thought. I can’t just walk away from Araknet. *It’s my baby. And GenCoin is my firstborn.* This is a chance for them to be together. *Under the same roof. And they need their mother.* So. I’d like to stay on. (Ketai, 2017)

Նախևառաջ փաստենք, որ բանակցողը կին է, ով փորձում է առաջ մղել իր շահերը (պահպանել վերահսկողություն Araknet ընկերության նկատմամբ), տարանջատել իրեն խնդրո առարկայից՝ կիրառելով վերոգրյալ փոխաբերությունները: Ռազմավարության առաջին թիրախը բանակցողների հուզական դաշտն է: Այստեղ Իզզին վարպետորեն ներմուծում է (անձնական ոճի ներքո) մոր և զավակի անքակտելի կապի գաղափարը, որը թիրախավորում է հակառակ կողմի հուզական դաշտը և միևնույն ժամանակ Իզզիին ներկայացնում թույլ դիրքերում: Նման ռազմավարությամբ Իզզին չեզոքացնում է անձնական թշնամանքի կամ հակամարտության դրսևորման փորձերը: Ավելին, փաստ է, որ մոր և զավակի կապի վերաբերյալ արդեն իսկ առկա է ձևավորված մտավոր կաղապար, որն էլ Իզզին արդյունավետորեն խաղարկում է: Նա շարունակում է միևնույն թեման՝ օգտագործելով *under the same roof* փոխաբերությունը: Այսպես նա շեշտում է, որ երկու ընկերությունները չեն կարող գործել առանձին, նրանք պետք է լինեն մեկ տանիքի ներքո՝ մայրիկի վերահսկողությամբ: *And they need their mother* փոխաբերությամբ Իզզին կիրառում է նաև աստիճանավորման ոճական հնարը՝ հուզական դաշտը հասցնելով գագաթնակետին: Ընդգծենք, որ Իզզիի խոսքում բացակայում է լոգոսի գործոնը. այն հիմնված է պաթոսի և էթոսի վրա:

Դիտարկենք փոխաբերության ևս մեկ օրինակ:

Izzy – Well, look at the record companies, the movie studios. They didn’t want to adapt to the digital age. Now they’re getting *smoked* by Spotify, Netflix, YouTube. It’s the same thing. Traditional banking, digital currency. *That train is leaving the station, my friends, so you either jump onboard or get left behind.* (Ketai, 2016)

Վերոգրյալ հատվածում Իզոլին փորձում է բանակցությունների միջոցով համոզել մյուս կողմին ներդրում կատարել իր բիզնեսում: Իր նպատակին հասնելու համար, նա հմտորեն օգտագործում է փոխաբերություններ: Ընդամին, նա արդյունավետորեն շաղկապում է փոխաբերությունները փաստերի, իրական օրինակների հետ՝ դարձնելով իր խոսքը առավել համոզիչ: Իր բանակցային վերջնականատակին հասնելու համար, Իզոլին կիրառում է Սկզբունքային բանակցությունների գրեթե ամբողջ գործիքակազմը. չի նույնականացնում իրեն խնդրի հետ, այլ, ընդհակառակը, անուղղակիորեն մատնանշում է ընդհանուր շահերի առկայությունը, առաջարկում է օբյեկտիվ տարբերակ և առաջարկն ամրապնդում օրինակներով: Իզոլին հմտորեն միահյուսում է գործառական և իրադրական ոճերը: Այսպիսով, նախնառաջ նա օգտագործում է *smoked* փոխաբերությունը՝ մատնանշելու թե ինչ է տեղի ունենում հեղինակավոր և ֆինանսական կայուն կապիտալ ունեցող ընկերությունների հետ: Նման փոխաբերությունը երկու հավանական զուգորդում կարող է առաջացնել. առաջինը նրանք խեղդվում են ծխից, սահմանափակվում է վերջիններիս գործունեության շրջանակը, նվազում է շահույթը, երկրորդ՝ նրանց բիզնեսները կարող են անհետանալ այնպես արագ, ինչպես կրակը կարող է կլանել ամեն ինչ: Իզոլին կոչ է անում գործել արագ, քանզի գնացքը արդեն ընթացքի մեջ է (*That train is leaving the station*): Փոխաբերության կիրառման նպատակն է որոշակի խուճապի և տագնապի զգացողության ներքո դրդել արագ որոշում կայացնել և ներդրում անել իր բիզնեսում (*so you either jump onboard or get left behind*): Վերոնշյալ փոխաբերությունը կարելի է դիտարկել նաև որպես չափազանցություն, որը նույնպես համարվում է դարձույթի տարատեսակ: «Մա որևէ առարկայի կամ հասկացության բնորոշ հատկանիշի դիտավորյալ չափազանցումը կամ գերազանահատումն է» (Galperin, 1977, էջ 162): Միանշանակ է, որ Իզոլին ուռճացնում է իրավիճակը՝ խնդրին հրատապ լուծում տալու ակնկալիքով: Հետևաբար, տվյալ օրինակում ևս ունենք մեկնաբանության այլընտրանք:

Հարկ է նաև նշել, որ, եթե բանակցող կողմերը ցանկանում են կիրառել նմանատիպ ռազմավարություն և օգտագործել կարճ խոսքում մի շարք փոխաբերություններ, ապա արդյունավետության տեսանկյունից նրանք պետք է զուգահեռաբար կիրառեն աստիճանավորման ոճական հնարը, այլապես անջատ, իրար հետ կապ չունեցող փոխաբերությունների օգտագործումը բացասական երանգ կհաղորդի բանակցային գործընթացին:

Եզրակացություն

Վերոգրյալ վերլուծություններից կարելի է եզրակացնել, որ գրագետ ընտրված ռազմավարությունը, իրադրությունից բխող ոճի և արտահայտչամիջոցների միահյուսումը, եթե անգամ վերջնական լուծում չեն տալիս խնդրին, ապա, միանշանակորեն ձևավորում են ընդհանուր շահերի վրա ձևավորված հենք՝ հետագա առավել արդյունավետ բանակցությունների համար: Քննության առնված օրինակները ցույց են տալիս, որ Սկզբունքային բանակցություններում առանցքային դերակատարում ունեն լեզվաոճական հնարները՝ մասնավորապես աստիճանավորման հնարը, որը կարող է լինել դարձույթի տեսակների հանրագումար, և որի միջոցով բանակցողը առկայացնում է Սկզբունքային բանակցությունների հիմնարար արժեքը (կոշտ մոտեցում խնդրի էության և մեղմ մոտեցում մասնակիցների նկատմամբ), փոխաբերությունը և շրջասույթը:

Ամփոփելով՝ փաստենք, որ Սկզբունքային բանակցությունների դրույթները միտված են կառուցողական դաշտի ձևավորմանը և երաշխավորում են անձնական հակամարտության բացառում կամ նվազագույն ներգրավվածություն:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

- Աղայան, Է. Բ. (1987). *Լեզվաբանության հիմունքներ*. 4 վերամշակված հրատարակություն, Երևան, ԵՊՀ հրատարակչություն:
- Գրիգորյան, Խ. Վ., Գրիգորյան, Ջ. Խ. (2010). *Անգլերեն-հայերեն արդի բառարան*, Երևան, Անկյունքար հրատարակչություն:
- Եզեկյան, Լ. (2007). *Ոճագիտության ուղեցույց*, Երևան, «Զանգակ» հրատարակչություն:
- Հարությունյան, Լ. Ա. (2017). *Տնտեսական իրադարձության լեզվաձանաչողական մոդելավորումը*, դոկտորի գիտական աստիճանի հայցման ատենախոսություն:
- Բրուտյան, Գ. Ա. (1998). *Տրամաբանություն*, Երևան, ՀՀ ԳԱԱ «Գիտություն» հրատարակչություն:
- Ջահուկյան, Գ. Բ., Խլղաթյան, Ֆ. Հ. (2007). *Հայոց լեզվի ոճաբանություն*. ուսումնական ձեռնարկ ուսուցիչների և ավարտական դասարանների աշակերտների համար, Երևան, «Զանգակ» հրատարակչություն:

- Austin, J. L. (1962). *How to Do Thing with Words*. London, England, Oxford University Press.
- Blumer, H., Lyman, S. & Vidich, A. (Eds). (2000). *Selected Works of Herbert Blumer: A Public Philosophy for Mass Society*. Champaign, USA, University of Illinois Press.
- Cooley, Ch. (1930). *Sociological Theory and Social Research*. New York, USA: Henry Holt.
- Fisher, R., Ury, W., Patton, B. (2011). *Getting to Yes: Negotiating Agreement without Giving in*. London, U.K., Penguin Publishing Group.
- Galperin, I. R. (1977). *Stylistics*, 2-nd ed. Moscow, Russia, Higher School Publishing House.
- King James Version (KJV). *Matthew 16:25-27*. Retrieved from <https://www.biblegateway.com/passage/?search=Matthew%2016%3A25-27&version=KJV>
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New Brunswick. USA and London, U.K.: Transaction Publishers.
- Mann, W. C., Thompson, S. A. (1987). *Rhetorical Structure Theory: A Theory of Text Organization*. Los Angeles, USA, University of Southern California.
- Perelman, Ch., Olbrecht-Tyteca, L. (1952). *Rhétorique et philosophie* [Rhetorics and Philosophy]. Paris, France, PUF.
- Pratkanis, A., & Aronson E. (2001). *Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion*. New York, USA: Henry Holt.
- Quine, W. (2013). *Word & Object*, new edition. Massachusetts, USA, MIT Press.
- Riffaterre, M. (1959). *Criteria for Style Analysis*. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/00437956.1959.11659690>
- Scott, S. P. (1932). *The Enactments of Justinian. The Code, Book II, The Civil Law, XII, Cincinnati*. Retrieved from https://droitromain.univ-grenoble-alpes.fr/Anglica/CJ2_Scott.htm#12
- Wenzel, W. J., Benoit, W. & Hample, D. (Eds.). (1992). *Three perspectives on argumentation*. Readings in Argumentation. Berlin, DE: De Gruyter.
- Аверинцев, С. С. (1996). *Риторика и истоки европейской литературной традиции*. Москва, Школа «Языки русской культуры».
- Алексеев, А. П. (1991). *Аргументация, познание, общение*. Москва: изд-во МГУ.
- Анненкова, И. В. (2012). Место риторики в зарубежной и отечественной филологии. *Филология: научные исследования* 2 (06). https://nbpublish.com/library_get_pdf.php?id=18841

- Аристотель, (2021). *Этика, политика, риторика, избранные афоризмы*. Москва, изд-во «Эксмо».
- Арнольд, И. В. (2002). *Стилистика. Современный английский язык*. Москва, изд-во «Наука».
- Безменова, Н. А. (1991). *Очерки по теории и истории риторики*. Москва, изд-во «Наука».
- Введенская, Л. А., Павлова, Л. Г. (2019). *Деловая риторика*. Москва, изд-во «КновРус».
- Виноградов, В. В. (1977). *Основные типы лексических значений слова*. <https://ling.votech.com/vinogradov-77a>
- Гаспарян, С. К. (2013). *Фигура сравнения в функциональном освещении*. Ереван, изд-во «Лусакн».
- Гиндин, С. И. (1986). *Риторика и проблемы структуры текста*. /Дюбуа Ж., Пир Ф., Тринон А. и др. *Общая риторика: Пер с фр. / Общ. ред. и вступ. ст. А. К. Авеличева*. Москва, изд-во «Прогресс»
- Замелтдинова, Г. Ф. (2016). *Основы риторики: учебно-методическое пособие*. Казань, изд-во Казан. ун-та.
- Михальская, А. К. (2001). *Основы риторики, 10-11кл.: Учебник для общеобразоват. учреждений*. Москва, изд-во «Дрофа».
- Падучева, Е. В. (1977). Понятие презумпции в лингвистической семантике. *Семиотика и информатика*, вып. 8. Москва, «ВИНИТИ».
- Степанов, Ю. С. (1985). *В трехмерном пространстве языка: Семантические проблемы лингвистики, философии, искусства*. Москва, изд-во «Наука».

Լեզվական նյութի աղբյուրներ

- DeVito, D., Shamberg, M., Sher, S. (Producers), & Soderbergh, S. (Director). (2000). *Erin Brokovich*. [Film]. United States: Universal Pictures, Columbia Pictures, Jersey Films.
- Ketai, B. (Producer), & Ketai, B. (Director). (2018). *Startup*. [TV series, Season 2, Episode 10]. United States, Hollywood Gang Productions, Story Machine, Jacobs Media.
- Ketai, B. (Producer), & Prieto, L. (Director). (2016). *Startup*. [TV series, Season 1, Episode 4]. United States: Hollywood Gang Productions, Story Machine, Jacobs Media.

- Korsh, A. (Executive Producer), & Matheson, T. (Director). (2011). *Suits*. [TV series, Season 1, Episode 7]. United States: Universal Content Productions
- Ruddy, S. A (Producer), & Coppola, F. F. (Director). (1972). *The Godfather*. [Film]. United States: Paramount Pictures.

Р. Баграмян – Роль лингвостилистических приемов в Принципиальных переговорах. – В данной статье рассматриваются лингвостилистические особенности персуазивного дискурса, используемые в деловых переговорах. В частности, изучаются стратегии эффективного использования определенных стилистических приемов (эвфемизм, эпитет, аллюзия, градация/кульминация, метонимия, метафора и т. д.) в Принципиальных переговорах в контексте ситуативного, функционального и личного стилей. Особое внимание уделено методу Принципиальных переговоров, основным ценностям, а также отмечается важность наличия альтернативно-решения – НАОС (Наилучшая альтернатива обговариваемому соглашению). Посредством лингвостилистического анализа деловой речи выявлены стилистические приемы, использование которых обеспечивает реализацию ценностей Принципиальных переговоров. Особый акцент сделан на эффективности использования персуазивного дискурса как стратегического языкового приема в переговорном процессе. Материалом анализа в статье послужили фрагменты переговоров из фильмов. В результате анализа выделяются те лингвистические приемы, которые наиболее применимы в Принципиальных переговорах.

Ключевые слова: риторика, персуазивный дискурс, лингвостилистические средства выражения, Принципиальные переговоры

R. Baghramyán – *The Role of Linguo-Stylistic Devices in Principled Negotiations.* – The research examines the linguo-stylistic features of persuasive speech used in business negotiations in films. In particular, strategies for the effective use of certain stylistic devices (euphemism, epithet, gradation/climax, allusion, metonymy, metaphor, etc.) used in Principled negotiations in the context of situational, functional, and personal styles are discussed. Reference is made to the method of

Principled negotiation, its fundamental value, the four main merits, as well as the importance of BATNA (the best alternative to the negotiated agreement). Through the linguo-stylistic analysis of the film-based business discourse, the stylistic devices are highlighted, the use of which ensures the implementation of the merits of Principled negotiations. Special emphasis is placed on the effectiveness of using persuasive speech as a strategic technique of language intervention in the negotiation process. The basis for the examination of the examples in the research are the selected negotiation episodes from movies. Based on the analysis, the most applicable stylistic devices in Principled negotiations are distinguished.

Key words: rhetoric, persuasive speech, stylistic devices, Principled negotiations