

Լուսինե ՀԱՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆ
Ռուզաննա ԲԱՂՐԱՄՅԱՆ
 Հայաստանի պետական
 տնտեսագիտական համալսարան

**ԳՈՐԾԱՐԱՐ ԲԱՆԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆԸ՝ ՈՐՊԵՍ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ
 ԵՎ ԳՈՐԾԱՐԱՐ ԴԻՍԿՈՒՐՍՆԵՐԻ ՀԱՏՄԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔ**

Սույն հոդվածը անդրադառնում է սահմանակարգային դիսկուրսի երկու տարատեսակների՝ գործարար և տնտեսական դիսկուրսների հատման արդյունքում ձևավորվող դիսկուրսի ձևաչափին, մասնավորապես գործարար բանակցություններին: Հետազոտության մեջ վերլուծվում են գործարար բանակցություններին բնորոշ լեզվագործաբանական առանձնահատկությունները, բանակցությունների ձևաչափը, ընթացակարգը, բանակցային արժեհամակարգը, հաճախ կիրառվող լեզվական միավորներն ու կառույցները: Դիտարկվում և օրինակների միջոցով քննարկվում են բանակցությունների տեսակները, մասնավորապես Հարվարդի բանակցային ծրագրի կողմից մշակված «Սկզբունքային բանակցություն» ռազմավարության արդյունավետ կիրառումը գործարար բանակցությունների շրջանակում:

Բանալի բառեր. գործարար դիսկուրս, տնտեսական դիսկուրս, դիսկուրսի ձևաչափ, բանակցություններ, բանակցությունների լեզվագործաբանական ռազմավարություն

Մարդկանց գործունեությունը հասարակական բազմազան ոլորտներում ենթադրում է հաղորդակցման տարբեր նպատակներ, որոնց իրականացման համար կիրառվում են սահմանակարգային դիսկուրսի գաղափարային տեսակներ, իսկ ավելի հաճախ այդ տարբեր տեսակները հատվում են և մեկտեղվում՝ յուրաքանչյուր անգամ ստեղծելով հաղորդակցման տվյալ նպատակին համապատասխան դիսկուրսային ձևաչափ: Դիսկուրսի ձևաչափ ասելով՝ հասկանում ենք դիսկուրսի տարատեսակ, որն առանձնացվում է հաղորդակցական հեռավորության, խոսողի ինքնարտահայտման աստիճանի, սոցիալական ինստիտուտների առկայության, հաղորդակցման ռեգիստրի և շարուն դարձվածքների հիման վրա /Карасик, 2004/: Օրինակ՝ ԶԼՄ-ների և քաղաքական դիսկուրսների հատման արդյունքում կարող են ի հայտ գալ դիսկուրսի մի շարք ձևաչափեր՝ քաղաքական հարցազրույց, քաղաքական թեմաներով ռեպորտաժ կամ լրագրային հոդված, մինչդեռ գործարար և տնտեսական դիսկուրսների համատեղումը կարող է ձևավորել մեր ուսումնասիրության առարկան՝ գործարար բանակցություններ դիսկուրսի ձևաչափը, և այլն:

Տնտեսական դիսկուրսը բնութագրվում է որպես խոսքային այն բոլոր ակտերի ամբողջություն, որը կիրառվում է տնտեսական իրողություններ նկարագրելիս կամ բնութագրելիս: Դա տնտեսական գործունեություն արտացոլող տեքստի կամ տեքստերի բանավոր և գրավոր հատված է /Махницкая, 2002: 159/:

Որոշ գիտնականներ *տնտեսական դիսկուրս* հասկացությունն օգտագործում են *գործարար դիսկուրսին (բիզնես դիսկուրս)* զուգահեռ /Վ. Կարասիկ, Տ. Աստաֆուրովա, Ե. Պետուշինսկայա և այլք/: Սակայն հարկ է նշել, որ առկա են մի շարք աշխատություններ, որոնցում գործարար դիսկուրսը դիտարկվում է որպես առանձին՝ իր առանձնահատկություններով և չափանիշներով բնորոշվող երևույթ /Ширяева, 2008, Даниошина, 2011/: Այսպես՝ Տ. Շիրյաևան, ուսումնասիրելով սահմանակարգային գործարար դիսկուրսը, վերջինս բնորոշում է իբրև այնպիսի անհատների միջև իրականացվող նպատակաուղղված դերակարգավիճակային խոսքային գործունեություն, որոնք ներգրավված են գործարար-կազմակերպական հարաբերությունների մեջ, ինչպես նաև կազմակերպությունների և առանձին անհատների հաղորդակցման մեջ՝ հիմնված գործարար հաղորդակցության նորմերի և կանոնների վրա: Հեղինակն առանձնացնում է գործարար դիսկուրսի հետևյալ համակարգաստեղծ չափանիշները՝

- հաղորդակցման նպատակ՝ փոխշահավետ մասնագիտական գործունեություն, համագործակցության պայմանների հաստատում, երկու կամ ավելի շահագրգիռ կողմերի միջև փոխհամաձայնության ձեռքբերում կամ միասնական դիրքորոշում որևէ հարցի վերաբերյալ,

- մասնակիցներ՝

բոլոր օղակների կառավարիչներ, որոնք վերահսկում են արտադրությունը, առևտուրը, ծառայությունների մատուցումը, գործարարներ, որոնք զբաղվում են բիզնեսի տարբեր տեսակներով, ձեռնարկատերեր, որոնք ունեն սեփական ձեռնարկություններ, գիտության գործիչներ, որոնք իրականացնում են հետազոտական գործունեություն, մասնագետների պատրաստում, խորհրդատվական և փորձագիտական ծառայություններ մատուցողներ, տարատեսակ հաճախորդներ, մարդիկ, որոնք հետաքրքրվում են գործարարությամբ,

- սոցիալական քրոնոտոպ (ժամանակատարածական առանձնահատկությունները)՝ ժամանակակից գործարար համայնքի մասնագիտական գործունեություն,

- արժեքներ՝ ստացվող շահույթ, արդյունավետ կառավարում, գործընկերային հարաբերությունների հաստատում, մրցակցային միջավայրի մշտադիտարկում, կադրերի ընտրություն, ուսուցում և այլն,
- գործարար դիսկուրսի ռազմավարություն՝ բանակցություններ, շնորհանդեսներ, հողվածներ հատուկ ՁԼՄ-ներում, զրույցներ, հարցազրույցներ, սեմինարներ և այլն,
- աշխարհի ընդհանուր պատկեր՝ անձնական գիտելիքների, պատկերացումների, գաղափարների համակարգ, որը ներառում է ժամանակակից գործարար համայնքի բոլոր մասնակիցներին բնորոշ աշխարհընկալումը,
- տեքստի բնութագրեր՝ տեղեկատվություն, հասցեականություն, երկխոսություն, կառուցվածքայնություն, հասարակական կարգավիճակի ցուցանիշներ, սահմանակարգային սահմանափակումներ: Կառուցվածքային դիսկուրսի սուբյեկտները, ըստ հետազոտողի, ներգրավում են մասնագիտական գործունեության կարծրատիպային իրավիճակներին վերաբերող համակցված գիտելիքներ, սահմանակարգային գործարար դիսկուրսի ֆրեյմային համակարգ, որտեղ ներկայացված են այնպիսի ֆրեյմներ, ինչպիսիք են տնտեսագիտությունը, ֆինանսները, ձեռնարկատիրությունը, մարքեթինգը: Այս համակարգն ապահովում է ճանաչողական ֆոն, որը միասնական է նույն հասարակությանը պատկանող հասցեատիրոջ և հասցեագրողի համար /Ширяева, 2008/:

Այսպիսով՝ Ս. Շիրյաևան, ըստ էության, օրինակների հիման վրա ընդունում է սահմանակարգային գործարար դիսկուրսի և այլ դիսկուրսների հատման փաստը, քանի որ «մասնակիցներ» չափանիշում նա դասում է նաև գիտության գործիչներին, որոնք իրականացնում են հետազոտական գործունեություն: Դա ենթադրում է գիտական դիսկուրսի կիրառում, մինչդեռ ռազմավարություն չափանիշը, ըստ հեղինակի, ենթադրում է ՁԼՄ-ներում հատուկ հողվածների և հարցազրույցների առկայություն, որոնք փաստացի պատկանում են մեդիադիսկուրսի ոլորտին: Այսպիսով՝ կարող ենք ասել, որ տեղի է ունենում նշված դիսկուրսների հատման գործընթաց, որոնք առանձին դեպքերում համատեղվում են հաղորդակցական տարբեր նպատակներ իրականացնելու համար:

Եթե մարդկանց գործունեությունը և գործարար հարաբերությունները ծավալվում են տնտեսական-ֆինանսական որևէ ընկերության, կորպորացիայի և տնտեսական ու բիզնես նշանակություն ունեցող նման այլ

միավորների շրջանակներում, որտեղ խոսքային գործունեությունը իրականանում է բանակցությունների միջոցով, և խոսքային գործունեության բովանդակություն են կազմում քննարկումներն ու բանավեճերը ընկերության, որևէ բիզնեսի կամ գործատուի և աշխատակցի, գործընկերների և այլ շահերի շուրջ, իսկ բանակցության մասնակիցներն են գործատուն և աշխատակիցը, գործընկերները, բիզնեսում կամ ընկերության, կորպորացիայի գործունեության մեջ ներգրավված յուրաքանչյուր անձ, ապա կարող ենք ասել, որ նման համատեքստի շրջանակում հատվում են գործարար և տնտեսական դիսկուրսները՝ ստեղծելով դիսկուրսի մի շարք ձևաչափեր, այդ թվում՝ գործարար բանակցություններ ձևաչափը: Հարկ է նշել, որ սույն ձևաչափը, կախված նպատակից, իրականացնում է տարաբնույթ գործառույթներ. պայմանագրի կնքում, իրացում, ժամկետների վերանայում, երկկողմանի պարտավորությունների վերաբաշխում, հակիրճ գործարար ներկայացումների կիրառում (business pitches), սակարկում և այլն:

Negotiation գոյականը 15-րդ դարում անգլերեն է ներթափանցել ֆրանսերենից, որն իր հերթին այն փոխառել է լատիներենից: *Negotiatio* լատիներենում նշանակել է *գործ, բիզնես*, իսկ 1570 թ.-ից այն ձեռք է բերել «*գործարքի կամ համաձայնության պայմանների վերաբերյալ երկկողմանի քննարկում և պայմանավորվածություն*» նշանակությունը /www.etymonline.com/: Հետևաբար գործարարություն (բիզնես) և բանակցություններ հասկացությունները անքակտելիորեն կապված են ոչ միայն գործնական, այլև լեզվական մակարդակում՝ ի տարբերություն քաղաքականություն կամ իրավագիտություն հասկացությունների, որտեղ բանակցություններ եզրույթը փոխառվել է գործարար ոլորտից և ձեռք բերել այլ երանգներ (քաղաքական բանակցություններ, փաստաբան-հաճախորդ բանակցություններ և այլն): Ժամանակակից բառարանները նշում են “negotiation” լեզվամիավորի հետևյալ նշանակությունները՝

1. formal discussion between people who are trying to reach an agreement /<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>,
2. the process of discussing something with someone in order to reach an agreement with them, or the discussions themselves /dictionary.cambridge.org/,
3. a formal discussion between people who are trying to reach an agreement /<https://www.merriam-webster.com/>.

Ինչպես տեսնում ենք բառարանային վերոնշյալ սահմանումներից, բանակցությունը քննարկում է, կարծիքների փոխանակում մարդկանց միջև, որոնք փորձում են համաձայնության գալ իրենց հուզող հարցերի և շահերի շուրջ: «Բանակցությունը կյանքի փաստ է» /Fisher, Ury, 2011: 6/

և ըստ Ջ. Ներինբերգի՝ «կյանքում հաջողակ լինելը կախված է անհատի բանակցելու հմտությունից» /Введенская, Павлова, 2019: 97/:

Այստեղ են առաջ գալիս անհատի խոսքային գործունեության ճկուն լինելու ունակությունները՝ կարողանալու հասնել իր նպատակներին և լուծելու իր առջև ծառայած խնդիրները: Ճկունությունը իր հերթին ենթադրում է հմտությունների մի ողջ զինանոց, ինչպիսիք են՝ երբ և ինչ խոսել, ինչպես խոսել, ինչպես սկսել և ավարտել բանակցությունները, ինչի մասին լռել և ինչը/ինչպես բարձրաձայնել, ինչպես հարթել սուր անկյունները, եթե ստեղծվում է լարված իրավիճակ և նմանատիպ այլ խրթին իրադրություններ: Հ. Րայֆֆան նշում է, որ բանակցությունները մարդկանց գիտելիքի և գործունեության առանձնահատուկ մաս են կազմում, ինչը նպաստում է անհատի՝ արդյունավետ կերպով տարածայնությունները հարթելու, ընդհանուր շահեր գտնելու և հարաբերությունները ամրապնդելու ունակություններին /Raiffa, 1982/:

Մարդիկ բանակցել են անհիշելի ժամանակներից՝ բախումներից խուսափելու, քաղաքական, տնտեսական, գործարար շահերն առաջ մղելու, իրենց բարեկեցությունը բարելավելու և բազմաթիվ այլ նպատակներով: Մարդկության զարգացմանը զուգընթաց բանակցությունները շարունակաբար վերափոխվել և ընդլայնվել են՝ արդիականացնելով և՛ ձևաչափը, և՛ գործիքակազմը, ենթարկվելով տվյալ ժամանակաշրջանի հրամայականին: Բանակցությունները իրենց տեսակով ճկուն են և բանակցողներին հնարավորություն են ընձեռում հարմարեցնելու բանակցման գործընթացը տվյալ իրավիճակին: Վառ օրինակներից է 18-րդ դարի արդյունաբերական հեղափոխությունը, որը լիովին փոխեց աշխարհը և բանակցություններ վարելու հայեցակարգը տեղափոխեց նոր մակարդակ: Գյուղական կյանքից արագ անցումը մեծ քաղաքներ, արհմիությունների և բազմաշերտ կազմակերպությունների ստեղծումը մեծագույն մարտահրավերներ էին, ուստի արագ արձագանքման մեխանիզմների անհրաժեշտություն առաջացավ: Ժամանակակից տեխնոլոգիաների ի հայտ գալու հետ մեկտեղ փոխվեցին նաև բանակցությունների ձևաչափը, գործիքակազմը (էլեկտրոնային նամակներ, ֆաքսեր, տեսակապեր և այլն): Սակայն մեկ գործոն մնաց անփոփոխ՝ բանակցային լեզուն: Եվ «եթե նախկինում գիտնականներին հիմնականում հետաքրքրում էր, թե ինչպես է կառուցվում լեզուն, ապա այժմ հարցն այն է, թե ինչպես է լեզուն կապված մարդու աշխարհի հետ, որքանով է մարդը կախված լեզվից, և ինչպես է հաղորդակցության տեսակը որոշում լեզվի ընտրությունը» /Карасик, 2002: 8/:

Բանակցություններում լեզվական բաղադրիչների խորքային վերլուծությունը չափազանց կարևոր է, դա պետք է իրականացնել՝ հաշվի առնելով գործարար խոսույթի գործարման ժամանակ կիրառվող մեթոդները և ռազմավարությունները: Բա-

նակցությունների տեսակին, վերջինիս փուլերին և տեսություններին ծանոթ լինելը նպաստում է դիսկուրսի իմաստային հանգամանալից վերլուծությանը:

Կառավարման՝ որպես գիտության տեսության շրջանակներում բանակցությունները սահմանվում են իբրև յուրաքանչյուր իրավիճակ, որում երկու կամ ավելի կողմերն ընդունում են, որ տարակարծիք են իրենց շահերի և արժեքների առումով, ինչի պատճառով էլ ցանկանում են կամ ստիպված են փոխզիջումային համաձայնության հասնել /Raiffa, 1982/:

Բանակցությունների անցկացումը ենթադրում է որոշակի փուլերի խիստ հաջորդականություն: Գործունեության ոլորտը, հարաբերությունների նպատակը և բնույթը պարզելուց հետո բանակցող կողմերը պետք է առաջնահերթորեն ծրագրեն և նախապատրաստվեն բանակցությունների (1 փուլ): «Տվյալ փուլին ժամանակ տրամադրելու պատրաստակամությունը կարևոր է հաջող արդյունք գրանցելու համար» /Weiss, 2017: 53/: Երկրորդ փուլում բանակցության մասնակիցները պետք է գիտակցեն և հասկանան իրենց բանակցային ոճը, այսինքն՝ ընտրեն համապատասխան ռազմավարություն ցուցաբերելու մեղմ թե կոշտ քաղաքականություն: Երրորդը սակարկությունների փուլն է, որտեղ իրացվում է պատշաճ կերպով մտածված և տվյալ բանակցության ձևաչափին հարմարեցված գործիքակազմ: Եվ վերջին փուլը ավարտն է՝ բանակցությունների արդյունքը, որը բոլոր փուլերի հանրագումարային արդյունքն է:

Տեսական գրականության մեջ առանձնացնում են բանակցությունների հետևյալ հիմնական տեսակները՝

1. բաշխիչ (distributive), ինչը ենթադրում է շահույթ – կորուստ կամ հաղթող-պարտվող արդյունք,

2. գործակցային (integrative), ինչը ենթադրում է շահույթ-շահույթ կամ հաղթող-հաղթող արդյունք:

Գործարար բանակցություններում բաշխիչ ռազմավարության կիրառումը հազվադեպ է հաջողության հանգեցնում, քանզի, ինչպես նշում է Ջ. Նիրենբերգը, «գործարար բանակցությունների նպատակը մահացած կամ ջախջախված հակառակորդը չէ» /Введенская, Павлова, 2019: 99/, այլ, ընդհակառակը, երջանիկ և գոհ բանակցողը, որը պատրաստ է փոխզիջումների և խնդրի կարգավորման: Դիտարկենք հետևյալ օրինակը. գործատուն և մատակարարը բանակցում են արդեն իսկ կազմված պայմանագրի կետերից մեկը փոխելու վերաբերյալ: Մատակարարը ցանկանում է փոխել վճարման ժամկետներին վերաբերող պայմանագրային դրույթներից մեկը: Այսինքն՝ առկա է տնտեսական դիսկուրս՝ պայմանագրի տեսքով, որը բանակցային գործընթացում հատվում է գործարար դիսկուրսի հետ՝ լեզվական և արտալեզվական գործոնների միա-

հյուսմամբ: Ստորև տվյալ օրինակը կքննարկենք լեզվական մակարդակում:

Մատակարար - You must modify the provision pertaining to the payment terms (Դու պետք է փոխես վճարման պայմանների հետ կապված դրույթը):

Տվյալ նախադասությունը բաշխիչ ռազմավարության ակնհայտ ցուցադրում է: Այսինքն՝ մատակարարը խնդրի կարգավորման հարցում գործատուի հետ կիրառում է կոշտ մոտեցում: Եղանակավորող *must* (պետք է) բայի գործածումը, որը ենթադրում է պարտավորություն, փոխզիջման և հետագա քննարկման հնարավորություն չի ընձեռում: Մատակարարը, կիրառելով տվյալ լեզվամիավորը, փոխանցում է իր դիրքորոշումը՝ բացառելով շահերի շուրջ բանակցման հնարավորությունը: Բավական է փոխարինել *must* եղանակավորող բայը *should* եղանակավորող բայով, ռազմավարությունն ինքնին բաշխիչ տեսակից կվերափոխվի գործակցայինի:

Մատակարար - You should modify the provision pertaining to the payment terms. (Լավ կլինի, որ փոխես վճարման պայմանների հետ կապված դրույթը):

Բանակցություններում հետագա սակարկությունների համար հիմք ստեղծող նմանատիպ մոտեցումը կոչվում է մեղմ: *Should* եղանակավորող բայի քերականական բացատրությունը հետևյալն է. «ասել այն, ինչ կարծում ես՝ ճիշտ է կամ ըստ քեզ՝ լավ գաղափար է: *Should* եղանակավորող բայը ավելի թույլ է *պարտադրել* իմաստային առումով, քան *must* եղանակավորող բայը» /Vince, 2012: 87/:

Նմանատիպ դեպքերը Թ. վան Դեյքը բնութագրում է որպես լեզվական և ոչ լեզվական գործընթացների փոխազդեցություն /van Dijk, 2011/: Լեզուն և ռազմավարությունը փոխկապակցված են բանակցություններում: Նրանցից որևէ մեկի առանձին, մեկուսացած կիրառումը չի կարող երաշխավորել ցանկալի արդյունք:

Գոյություն ունեն բանակցային որոշակի իրավիճակներ, որին նախապատրաստվելիս բանակցող կողմերը ցանկանում են լինել ո՛չ մեղմ և ո՛չ էլ կոշտ: Կամ, ընդհակառակը, ցանկանում են լինել և՛ մեղմ, և՛ կոշտ միաժամանակ՝ փոխադարձ համաձայնության հասնելու համար: Նմանատիպ իրավիճակներում կիրառվող ռազմավարությունը կոչվում է *սկզբունքային բանակցություն* /Principled Negotiation/, որը մշակվել է Հարվարդի բանակցային ծրագրի կողմից /Harvard Negotiation Project/ /Fisher, Ury, 2011/:

Ռազմավարության հիմնական նպատակը արժանիքների /merit/ նկատմամբ կոշտ, իսկ մարդկանց նկատմամբ մեղմ լինելն է: Այս

ռազմավարության շրջանակներում առաջարկվում են հետևյալ մեթոդները.

1. Առանձնացնել ՄԱՐԴՈՒՆ ԽՆԴՐԻՑ,
2. Կենտրոնանալ ՇԱՀԵՐԻ, այլ ոչ թե ԴԻՐՔՈՐՈՇՈՒՄՆԵՐԻ վրա,
3. Մշակել փոխշահավետ ՏԱՐԲԵՐԱԿՆԵՐ,
4. Արդյունքը պետք է հիմնված լինի օբյեկտիվ ՉԱՓՈՐՈՇԻՉՆԵՐԻ վրա:

«Հաճախ միտում կա անձնական հարաբերությունները խառնելու խնդրի հետ» /Fisher, Ury, 2011: 14/: Հատկանշական է, որ շատ հաճախ անձի և խնդրի սերտաճման այս գործընթացը տեղի է ունենում ինքնաբերաբար: Բանակցող կողմերից պահանջվում է բավականաչափ հմտություն վստահեցնելու մյուս կողմին, որ իրենք առաջ են մղում իրենց շահերը՝ բանակցելով կոշտ՝ խնդիրների շրջանակում, և մեղմ ու քաղաքավարի են անձի առնչությամբ: Այս մոտեցումը միանշանակ կարող է հիմք հանդիսանալ առավել բարենպաստ և փոխարդյունավետ հաղորդակցման համար:

Խելամիտ լուծման համար համաձայնեցրո՛ւ շահը, ոչ թե դիրքերը /Fisher, Ury, 2011: 23/: Դիրքերը ենթադրում են չճկվող, կարծրացած մոտեցումներ, մինչդեռ շահերը կարող են լինել ճկուն և բանակցելի: Դիտարկենք հետևյալ իրավիճակը: Սառայի հարևանն ամեն երեկո բարձր երաժշտություն է լսում, և դա խանգարում է նրան: Ստորև բերված աղյուսակը ցույց է տալիս, թե ինչպես կողմերը կարող են օգուտ քաղել համապատասխան ռազմավարություն կիրառելուց և որպես արդյունք խուսափել անձնական բախումներից:

Կողմեր	Դիրքորոշումներ	Շահեր
Սառա	You mustn't play the music loudly. Or I'll call the police.	My job is very demanding and I deal with customers on daily basis. I just need peace and quiet.
Հարևան	You have no right to dictate me.	I enjoy being on good terms with my neighbors. I'll take your point into consideration.

Վերը նշված օրինակում բանակցող սուբյեկտները առաջ են մղում իրենց շահերը՝ համապատասխան դիսկուրս (պահանջկոտ աշխատանք, հաճույք ստանալ, լավ հարաբերություններ) և մարտավարություն կիրա-

ռելով: Կրկին համոզվում ենք, որ լեզվական միավորների և ռազմավարության գործակցումը ամրապնդում է կիրառվող մարտավարության արդյունավետությունը:

Համակարգելով գործարար բանակցությունների վերը քննարկված առանձնահատկությունները՝ կարող ենք առանձնացնել հետևյալ չափանիշները՝

1. Բանակցությունների քրոնոտոպային համատեքստ

Բանակցությունները ընկալում ենք որպես իրադարձություն, որի կարևոր նախապայման են տեղայնացումը և ժամանակը:

2. Բանակցությունների հաղորդակցման ձևաչափ

Բանակցությունները գործարար աշխարհում կարող են ընթանալ թե՛ գրավոր, թե՛ բանավոր ձևաչափի միջոցով:

3. Մասնակիցների ինստիտուցիոնալ կարգավիճակ

Մասնակիցների միջև առկա հարաբերություններ՝ վաճառող/գնորդ, գործատու/աշխատող, գործարարներ, միևնույն կամ տարբեր կազմակերպություններում աշխատող անձինք, միևնույն կամ տարբեր կարգավիճակ ունեցող գործընկերներ և այլն:

4. Բանակցությունները վարելու համար նախատեսված պատշաճ ընթացակարգ

Որոշ հետազոտողներ շեշտում են բանակցային գործընթացների ծիսակարգային բնույթը, ինչը ենթադրում է բանակցությունները վարելիս որոշակի փուլերի հաջորդականություն, լեզվական դարձվածքների կիրառում, որոնց շնորհիվ մասնակիցները ռազմավարական և տակտիկական առումներով ուղղորդում են բանակցային գործընթացը /Баландина, 2004: 3-4/:

5. Բանակցությունների շրջանակներում գործող արժեքներ

Կառավարման՝ որպես գիտության ներկայացուցիչները քննարկում են մի շարք արժեքներ, որոնք բանակցությունների անքակտելի մասն են կազմում՝ առանձնացնել անհատին և խնդիրը, առաջնահերթություն տալ շահերին, այլ ոչ թե կենտրոնանալ դիրքորոշումների վրա, մշակել փոխշահավետ տարբերակներ, արդյունքը հիմնել օբյեկտիվ չափանիշների վրա: Կարևորագույն արժեքներից է Պ. Բրաունի և Ս. Լեվինսոնի

կողմից մշակված քաղաքավարության տեսությունը, որի համաձայն բանակցելիս անհատը պետք է փորձի պահպանել թե՛ իր, թե՛ դիմացինի պատիվը, հեղինակությունը և անունը (face-saving): Ե. Երզնկյանը «Лингвистическая категория вежливости: семантика и прагматика» մենագրության մեջ նշում է, որ քաղաքավարությունը բարդ և բազմաբնույթ երևույթ է, որն անմիջականորեն կապված է խոսքային վարվելակարգի (речевой этикет) հետ: Այն հավասարակշռում է հաղորդակցման հակադիր այնպիսի միտումներ, ինչպիսիք են խոսողների միջև բարեկամական, անմիջական հարաբերություններ ձևավորելու ձգտումը, բայց միաժամանակ յուրաքանչյուր խոսողի անհատականություն (индивидуальность), որոշակի հեռավորություն (определённая дистанция) և «ինքնիշխանություն» («суверенитет») պահպանելու մղումը /Ерзинкян, 2018: 46-84/:

6. Բանակցություններին բնորոշ ռազմավարական քայլեր

Բանակցությունների շրջանակներում գործող արժեքների պահպանումը, ինչպես նաև բանակցությունների հաջող ավարտի երաշխիքը ենթադրում են ռազմավարական որոշակի քայլերի և հնարների կիրառում, օրինակ՝ անհատի առաջարկը մերժելուց առաջ նրան գովաբանելը, հարցին հարցով պատասխանելը, հանդուրժողականություն ցուցաբերելը, խուսափողական պատասխաններ տալը և այլն:

7. Բանակցությունների արդյունք

Անկախ այն փաստից՝ բանակցությունները հաջողված են՝ ունեն դրական արդյունք, թե ոչ, կարող ենք խոսել դրանց վերջնարդյունքի առկայության մասին:

Ամփոփելով հարկ է նշել, որ գործարար բանակցությունը սահմանակարգային դիսկուրսի առավել կիրառելի և դինամիկ ձևաչափերից է, որը, կախված նպատակից, հնարավորություն է ընձեռում ընտրելու նախապես ծրագրված ռազմավարությանը համապատասխան արժեքներ և ենթալեզու: Գործարար բանակցության բազմաշերտ ու ճկուն կառուցվածքը տնտեսական դաշտում առավել թիրախային և հստակ է դառնում, երբ հատվում են տնտեսական և գործարար դիսկուրսները՝ իրենց բնորոշ չափորոշիչներով, որոնցից անկյունքարային են անձի և խնդրի տարանջատումը, արժանիքների (merit) կայուն առաջմղումը՝ հեղինակությունը ամուր պահելու, քաղաքավարի լինելու նախապայմանով: Տեսականորեն տնտեսական դիսկուրսը կարող է զարգանալ և մշակվել անկախ տիրույթում, սակայն գործնական փուլում այն միանշանակ պետք է հատվի գործարար դիսկուրսի հետ՝ բանակցային իրավիճակի նպատակային հանգուցալուծման համար:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Астафурова Т.Н. Стратегии коммуникативного поведения в профессионально-значимых ситуациях межкультурного общения (лингвистический и дидактический аспекты). Автореф. дис. ... докт. филол. наук. М., 1997.
2. Баландина Н.А. Дискурс переговоров в англоязычной деловой коммуникации. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2004.
3. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2019.
4. Данюшина Ю.В. Многоуровневый анализ англоязычного сетевого бизнес-дискурса. Дис. ... докт. филол. наук. М., 2011.
5. Ерзинкян Е.Л. Лингвистическая категория вежливости: семантика и прагматика. Ер.: ЕГУ, 2018.
6. Карасик В.И. Языковой круг. Личность, концепты, дискурс. Волгоград: «Перемена», 2002.
7. Карасик В.И. Языковой круг. Личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004.
8. Махницкая Е.Ю. О современном экономическом дискурсе // *Речевая деятельность: межвуз. сб. науч. тр.* Таганрог, 2002.
9. Петушинская Е.Г. Язык популярного экономического дискурса. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2008.
10. Ширяева Т.А. Когнитивное моделирование институционального делового дискурса. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. Краснодар, 2008.
11. Fisher R., Ury W. Getting to Yes: Negotiating Agreement without Giving in. Houghton Mifflin, 2011.
12. Raiffa H. The Art and Science of Negotiation. Cambridge: Harvard University Press, 1982.
13. van Dijk T. A. Discourse Studies. London: Sage Publications LTD, 2011.
14. Vince M. Macmillan English grammar in context. Macmillan publishers limited, 2012.
15. Weiss A.-P. Negotiation: How to be Effective // *Hand Surg Am*, v. 42, January 2017 // URL: [https://www.jhandsurg.org/article/S0363-5023\(16\)30843-7/fulltext](https://www.jhandsurg.org/article/S0363-5023(16)30843-7/fulltext).
16. www.dictionary.cambridge.org
17. www.etymonline.com
18. www.merriam-webster.com
19. www.oxfordlearnersdictionaries.com

Л. АРУТЮНЯН, Р. БАГРАМЯН – *Деловые переговоры как результат пересечения экономического и делового дискурсов.* – В данной статье рассматривается формат дискурса, возникающий в результате пересечения делового и экономического дискурсов (которые являются разновидностями институционального дискурса), в частности деловых переговоров. В исследовании выявляются лингвопрагматические особенности деловых переговоров, анализируются формат переговоров, этапы и система ценностей переговоров, а также часто применяемые лингвистические единицы, структуры. На основе примеров обсуждаются типы переговоров, в особенности эффективное применение стратегии «Принципиальные переговоры», разработанной Гарвардской программой в контексте деловых переговоров.

Ключевые слова: деловой дискурс, экономический дискурс, формат дискурса, переговоры, лингвопрагматическая стратегия переговоров

L. HARUTYUNYAN, R. BAGHRAMYAN – *Business Negotiations as a Result of Intersection of Economic and Business Discourses.* – The paper focuses on the discourse format of business negotiations as a form of institutional discourse, which emerges as a result of intersection of business and economic discourses. The study analyzes the linguistic and pragmatic features of business negotiations, phases, values as well as linguistic units and structures applicable within the framework of negotiations. The research findings also illustrate several types of business negotiations, corroborated by various examples, foregrounding “Principled Negotiation” model, developed by Harvard Negotiation Project.

Key words: business discourse, economic discourse, discourse format, negotiations, linguo-pragmatic strategies of negotiations

Ներկայացվել է՝ 08.07.2021

Երաշխավորվել է ՀՊՏՀ լեզուների ամբիոնի կողմից

Ընդունվել է տպագրության՝ 03.09.2021