

УДК 81`25

DOI: <https://doi.org/10.33216/2220-6310-2020-98-5-140-148>

## ОСОБЛИВОСТІ АРГУМЕНТАТИВНОСТІ НА ПЕРЕМОВАХ В АСПЕКТІ ПЕРЕКЛАДУ

**Я. О. Мокрій**

ORCID 0000-0002-4069-6036

*Статтю присвячено аргументативності англомовного дискурсу перемов в аспекті перекладу. Зазначено важливість аргументативного дискурсу, що трактується як зв'язний усний або письмовий текст, що має на меті переконати співрозмовника в істинності якого-небудь судження й змусити його прийняти цю думку. Розглянуто функції ділових перемов: інформаційно-комунікативна функція, функція регулювання, контролю та координації дій та аргументативна функція. Виокремлені характерні стратегії та тактики ведення перемов, які забезпечують їхню ефективність: стратегії суперництва, поступливості, ухилення, компромісу та співробітництва. Доведено, що однією з умов успішності перемов є вдала аргументація. Від того наскільки переконливими будуть аргументи, залежить результат перемов. Бо аргументація є однією із небагатьох можливостей мовного впливу на свідомість людини. Вона має своїм завданням посилення або ослаблення переконань комуніканта. Аргументація спрямована на іншу людину або інших людей, припускає діалог й активну реакцію іншої сторони на докази. Доведено, що перемовам як виду бізнесового спілкування властива певна структурна та жанрова своєрідність, а характер аргументативності має свою специфіку і зумовлений необхідністю впливу на опонента з метою досягти домовленості та спільної вигоди. Виявлено, що учасники перемовин використовують різні техніки аргументації. Це в свою чергу ще раз підкреслює відносність та вільність реального аргументування. Зазначено, що аргументування у бізнесовій сфері проходить через підтвердження, протилежної думки, протилежної оцінки, розширення та обпунтування. При перекладі на перемових необхідно брати це до уваги і точно передавати характер аргументації. Перекладач у перемових відіграє дуже важливу роль, результат яких певною мірою залежить і від його майстерності.*

**Ключові слова:** аргументативність, перемови, труднощі перекладу, аргументативний дискурс, стратегія.

**Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими і практичними завданнями.** Сучасні проблеми перекладознавства тісно пов'язані із міжкультурною комунікацією і відбивають динаміку соціального життя людини. У наш час швидкого розвитку ділових стосунків з різними державами, дослідження перемов набуває особливої актуальності. Перемови стають ваговою складовою життя сучасного ділового суспільства.

Якщо на Заході проблеми структуризації ділових перемов та лінгвістичної компетенції учасників перемов знаходились у центрі дослідницького інтересу достатньо давно – приблизно з 70-х років ХХ століття, то у нашій країні ця область наукового знання стала активно розвиватися після соціально-економічних змін, які трапилися на межі тисячоліть.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковане вирішення даної проблеми й на які спирається автор.** Досліджувана проблема розглядалася під різними кутами зору. Так, особливості ділових перемов, тактики та стратегії їх ведення розглядали такі дослідники та вчені, як В. К. Котельников, О. І. Бобков, Р. Фішер та В. Юрі.

Проблемою перекладу на перемовах, та проблемами міжкультурної комунікації займалися О. І. Беякова, Т. Б. Маркичова та О. С. Губарева. Особливості перекладу висвітлені у працях А. П. Чужакіна, а особливості синхронного у працях Л. Вісон. А теорію аргументації висвітлили такі вчені, як А. А. Івін, В. З. Дем'янков та інші.

**Виділення раніше не вирішених частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття.** Поза увагою дослідників залишається проблема аргументативності англомовних перемов в аспекті перекладу. Все вище зазначене зумовлює актуальність теми.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою дослідження є визначення особливостей аргументативності англомовних перемов в аспекті перекладу з урахуванням структурної та жанрової специфіки цього виду спілкування в умовах міжкультурної комунікації.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих результатів.** Перемови – це процес дискусії, речень і контрпропозицій, які поступово приводять до взаємоприйнятого компромісу. Аргументативний дискурс – це процес представлення доводів, з ходом якого вирішується питання розвитку аргументів (Дем'янков, 1989).

Ділові перемови – це вид спільної діяльності з партнером, спрямованої на рішення проблеми. Також це одна з головних ігор у житті та бізнесі (Баранов, 1990). Вони завжди передбачають, принаймні, двох учасників, інтереси яких частково збігаються, а частково розходяться. При

розбіжності інтересів, ми можемо спостерігати конкуренцію, змагання, протиборство, чи конфронтацію. Метою перемов є досягнення домовленості про участь сторін у діяльності, результати якої будуть використані для спільної вигоди (Фішер та Юрі, 1989).

Функціями перемов є: інформаційно-комунікативна, функція регулювання, контролю та координації дій та аргументативна функція (Там само). Незалежно від характеру й типу перемов, інформаційно-комунікативна функція завжди присутня на перемовах. Функції регулювання, контролю та координації дій реалізуються, як правило, при наявності добре налагоджених відносин між партнерами, у тих випадках, коли вже існують домовленості і перемови ведуться із приводу виконання досягнутих раніше спільних рішень. Мистецтво ведення ділових перемов полягає в тому, щоб показати своєму опоненту шлях до рішення його завдання через здійснення дій, які вигідні вам. Це вимагає глибоких знань в області комунікації, компетентності в застосуванні техніки ділового спілкування, уміння управляти своїм емоційним станом (Котельников, 2005).

Під час нашого дослідження були виокремлені характерні стратегії та тактики ведення перемов, які забезпечують їхню ефективність. До стратегій належать – стратегії суперництва, поступливості, ухилення, компромісу та співробітництва. Найбільш ефективною є стратегія співробітництва (Бобков, 1990). Вона доречна для людей, що мають схожі інтереси й мету. Крім стратегій, є певні тактики ведення перемов. Серед них – відстрочки або припинення перемов, зневага позицією, обраною іншою стороною, «вимотування» часом та шантаж.

Також існують певні маніпуляції, які можуть як ускладнити ситуацію опонента та полегшити вашу, так і навпаки. Наприклад, маніпуляції – це певні ситуації, до яких вдається опонент, щоб домогтися того, що хоче він. Існують маніпуляції, засновані на правилах «пристойності» і «справедливості», та маніпуляції, спрямовані на приниження опонента. Стратегії та тактики, перелічені вище, мають бути враховані перекладачем, оскільки вони зумовлюють адекватність перекладу (Пашолікова, 2001).

При перекладі на ділових перемовах частіше вживається усний переклад, а не письмовий. Між учасниками перемов відбувається усне спілкування, й переклад потрібен відразу, послідовно за мовцем або синхронно (Чужакін, 2001).

У процесі ведення перемов у перекладача можуть виникнути певні труднощі у перекладі. Лексичні труднощі складають аббревіатури, терміни, фразеологізми, неологізми; стилістичні – реалії та особливості розмовного стилю. До синтаксично-граматичних проблем відносяться помилки під

впливом емоцій, а прагматичні проблеми пов'язані з маніпуляцією з метою вплинути на опонента (Белякова, 2007).

Але найголовніше для перекладача зберегти аргументативність перемов. Аргументація відіграє важливу роль у нашому житті: вона широко використовується в політиці, дипломатії, науковій діяльності, у щоденних розмовних ситуаціях (Алексєєв, 1991).

В цілому учасники аргументації використовують техніки для регулювання своєї дії. Це в свою чергу ще раз підкреслює відносність та вільність реального аргументування. Процес аргументування задуму комунікантів відображає суб'єктивну оцінку учасників переговорів з урахуванням об'єктивних факторів, що зумовлюють риторику міжособистісного спілкування.

Потрібно зазначити, що аргументування у бізнесовій сфері проходить через підтвердження протилежної думки, протилежної оцінки, розширення та обґрунтування. При перекладі на перемові необхідно брати це до уваги, і точно передавати характер аргументації. Розглянемо деякі прийоми аргументації.

Протилежна думка – висловлювання реципієнта щодо твердження адресанта, яке ставить під сумнів його дійсність (*No, not really. There's an annual agricultural show and we have a stand at that every year. — Ні, не зовсім. Щороку проводиться господарський ярмарок, і ми кожного року приймаємо в ньому участь.*) Ми бачимо, що реципієнт висловлює протилежну думку на аргументацію адресанта. При перекладі сумнів досягається запереченням, яке передається за допомогою дієслів з часткою 'ні'. Також при усному перекладі (а на перемові використовується саме такий вид перекладу) дуже важливо збереження інтонації сумніву.

Протилежна оцінка – висловлювання реципієнта про те, що він дотримується іншої думки щодо питань, які обговорюються. (*Now, I don't think there are any more social links. But there are some people linked by educational ties. — Я не думаю, що існують більш соціальні зв'язки. Просто є люди, які зв'язані освітніми зв'язками.*) Тут спостерігається висловлювання протилежної оцінки у відповідь на аргумент. Також висловлювання протилежної оцінки досягається використанням заперечення: *I don't think there are any..., not quiet*, тощо.

Розширення – прийом аргументації, який дозволяє людині висловлювати свою думку щодо сфери застосування тези та при необхідності скорегувати її. (*Exactly. So, let me show you how it works. Firstly, to make sense of the actual links, we need to define our framework. And I reckon that we can identify 6 clear categories.*) Аби відтворити прийом розширення, автор використовує ввідне словосполучення *to make sense of*

*the actual links*, що дозволяє перекладачу використати такий самий прийом, але доступний розумінню українського реципієнта.

Обґрунтування – опис реципієнтом деякого положення справ, яке заперечує (чи підтверджує) тезу адресанта. (*Of course, it's no good having the computers unless they are fully unutilized! – Звісно, це не добре мати комп'ютери та зовсім ними не користуватися.*) Обґрунтування проходить через заперечення чи підтвердження тези адресанта. На перекладі відповідно перекладач використовує прийоми підтвердження та заперечення, для того щоб передати зміст викладеної тези.

Підтвердження – вияв згоди. (*Absolutely right. – Абсолютно вірно.*) Перекладач точно передає згоду, не змінюючи змісту, що є дуже важливим.

Наші спостереження щодо реалізації спілкування у бізнесовій сфері віддзеркалює такі базові аргументативні кроки, як підтвердження, протилежну оцінку, протилежну думку, розширення та обґрунтування.

Таким чином, для аргументації характерні такі риси: аргументація завжди виражена в мові, має форму вимовлених тверджень; аргументація є цілеспрямованою діяльністю: вона має своїм завданням посилення або ослаблення переконань комуніканта; аргументація спрямована на діалог й активну реакцію іншої сторони на докази.

Учасник перемов в ході аргументації виражає насамперед свій комунікативний намір (інтенцію) і емоційний стан, що відповідають ситуації, соціальної і психологічної ролі, впливає на опонента, або, повідомляючи нові знання і тим самим змінюючи світ знань партнера, чи спонукаючи комуніканта до здійснення деякої дії, змінює положення справ у світі. І перекладач при перекладі точно передає цю інтенцію та емоції комуніканта.

**Висновки й перспективи подальших досліджень.** У ділових зустрічах і перемовах перекладач перебуває у непростій ситуації. З одного боку, його послуги потрібні, а отже, він – є учасником перемов. Але особливість його положення полягає в тому, що, при всій своїй необхідності, він повинен бути непомітним. Це не автономний учасник ділових перемов, це своєрідний «інструмент», за допомогою якого процес ділових перемов протікає найбільше ефективно між учасниками, що розмовляють різними мовами. Перекладач не має права виражати власні думки, це лише посередник, однак він зобов'язаний абсолютно точно передавати на двох мовах не тільки точне значення висловлень, але й їхню емоційне забарвлення, стиль мовлення і навіть темп та інтонацію.

Таким чином, розглянута аргументативність перемов в аспекті перекладу дозволяє дійти висновків, що перемовам як виду бізнесового

спілкування властива певна структурна та жанрова своєрідність, а характер аргументативності має свою специфіку і зумовлений необхідністю впливу на опонента з метою досягти домовленості та спільної вигоди.

Перспектива подальшого дослідження полягає у подальшій розробці проблематики з метою встановлення національної специфіки ведення перемов.

### Література

1. Алексеев А. П. Аргументация, познание, общение. Москва : МГУ, 1991. 458 с.
2. Баранов А. Н. Что нас убеждает? Москва : Знание, 1990. 344 с.
3. Белякова Г. О. Проблеми перекладу реалій американського бізнесу. Матеріали Четвертої Всеукраїнської наукової конференції «Актуальні проблеми перекладознавства та методики навчання перекладу». Харків : НТМТ, 2007. С. 7-8.
4. Бобков О. Ділові перемови. Техніка та принципи їх ведення. Москва : Наука, 1990. 150 с.
5. Виссон Л. Синхронный перевод с русского на английский. Москва : Р. Валент, 2001. 272 с.
6. Губарева О. С. Ведення перемов та пов'язані з ними проблеми міжкультурної комунікації. Матеріали Четвертої Всеукраїнської наукової конференції «Актуальні проблеми перекладознавства та методики навчання перекладу». Харків : НТМТ, 2007. С. 37-38.
7. Демьянков В. З. Эффективность аргументации как речевого воздействия. Проблемы эффективности речевой аргументации. Москва : ИНИОН, 1989. 233 с.
8. Ивин А. А. Логика. Москва: Фаир-пресс, 2002. 345 с.
9. Котельников В. К. Эффективное ведение переговоров. Москва : Знание, 2005. 123 с.
10. Маркичева Т. Б. Особенности делового перевода. Москва : Знание, 1999. 167 с.
11. Пашоликова Е. Н. Как противостоять манипуляциям в процессе переговоров. Особенности бизнес переговоров. Москва : Прогресс, 2001. С. 79-112.
12. Фишер Р., Юри В. Путь к согласию или переговоры без поражения. Москва : Р. Валент, 1989. 245 с.
13. Чужакин А. П. Особенности перевода. Москва : Р. Валент, 2001. 265 с.

### References

1. Alekseev, A. P. (1991). *Argumentatsiya, poznanie, obschenie [Argumentation, cognition, communication]*, 458. Moscow: MSU (rus).
2. Baranov, A. N. (1990). *Chto nas ubezhdает? [What convinces us?]*, 344. Moscow: Znanie (rus).
3. Bieliakova, H. O. (2007). Problemy perekladu realii amerykanskooho biznesu [Problems of translating the realities of American business]. *Materialy Chetvertoi*

- Vseukrainskoi naukovoï konferentsii "Aktualni problemy perekladoznavstva ta metodyky navchannia perekladu"*, 7-8. Kharkiv: NTMT (ukr).
4. Bobkov, O. (1990). *Dilovi peremovy. Tekhnika ta pryntsyipy ikh vedennia [Business Negotiations. Techniques and principles of their conduct]*, 150. Moscow: Nauka (ukr).
  5. Visson, L. (2001). *Sinchronnyi perevod s russkogo na angliyskiy [Simultaneous translation from Russian into English]*, 272. Moscow: R.Valent (rus).
  6. Hubareva, O. S. (2007). Vedennia peremov ta poviazani z nymy problemy mizhkulturnoi komunikatsii [Negotiation and related problems of intercultural communication]. *Materialy Chetvertoi Vseukrainskoi naukovoï konferentsii "Aktualni problemy perekladoznavstva ta metodyky navchannia perekladu"*, 37-38. Kharkiv: NTMT (ukr)
  7. Demyankov, V. Z. (1989). *Effektivnost argumentatsii kak rechovogo vozdeystviya. Problemy effektivnosti rechevoy argumentatsii [Effectiveness of argumentation as a speech influence]*, 233. Moscow: INION (rus).
  8. Ivin, A. A. (2002). *Logika [Logic]*, 345. Moscow: Fair-press (rus).
  9. Kotelnikov, V. K. (2005). *Effektivnoe vedenie peregovorov [Effective negotiation]*, 123. Moscow: Znanie (rus).
  10. Markicheva, T. B. (1999). *Osobennosti delovogo perevoda [Features of business negotiations]*, 167. Moscow: Znanie (rus).
  11. Pasholikova, E. N. (2001). *Kak protivostoyat manipulyatsiyam v protsepe peregovorov. Osobennosti bizness peregovorov [How to resist manipulation in the negotiation process. Features of business negotiations]*, 79-112. Moscow: Progress (rus).
  12. Fisher, R., & Yuri, V. (1989). *Put k soglasiyu ili peregovory bez porazheniya [The path to agreement or negotiation without defeat]*, 245. Moscow: R. Valent (rus).
  13. Chuzhakin, A. P. (2001). *Osobennosti perevoda [Peculiarities of translation]*, 265. Moscow: R. Valent (rus).

## ОСОБЕННОСТИ АРГУМЕНТАТИВНОСТИ НА ПЕРЕГОВОРАХ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

**Я. А. Мокрий**

*Статья посвящена аргументативности англоязычного дискурса переговоров в аспекте перевода. Указана важность аргументативного дискурса, который трактуется как связный устный или письменный текст, имеющий целью убедить собеседника в истинности какого-либо суждения и заставить его принять это мнение. Рассмотрены функции деловых переговоров. Выделены характерные стратегии и тактики ведения переговоров, которые обеспечивают их эффективность: стратегии соперничества, уступчивости, уклонения, компромисса и сотрудничества. Доказано, что одним из условий успешности переговоров является удачная аргументация. От того насколько убедительными будут аргументы, зависит результат переговоров. Потому аргументация*

является одной из немногих возможностей речевого воздействия на сознание человека. Она имеет своей задачей усиление или ослабление убеждений коммуниканта. Аргументация направлена на другого человека или других людей, предполагает диалог и активную реакцию другой стороны на доказательства. Доказано, что переговорам как виду бизнес-общения свойственна определенное структурное и жанровое своеобразие, а характер аргументативности имеет свою специфику и обусловлен необходимостью воздействия на оппонента с целью достичь договоренности и общей выгоды. Выявлено, что участники переговоров используют различные техники аргументации. Это в свою очередь еще раз подчеркивает относительность и произвольность реальной аргументации. Отмечено, что аргументация в сфере бизнеса проходит через подтверждение противоположного мнения, противоположной оценки, расширения и обоснования. При переводе на переговорах необходимо принимать во внимание и точно передавать характер аргументации. Переводчик в переговорах играет очень важную роль, результат которых в определенной степени зависит и от его мастерства.

**Ключевые слова:** аргументативность, переговоры, трудности перевода, аргументативный дискурс, стратегия.

## SPECIFIC FEATURES OF ARGUMENTATION IN NEGOTIATIONS IN THE ASPECT OF TRANSLATION

Ya. O. Mokrii

*The article is devoted to the argumentation of the English-language discourse of negotiations in the aspect of translation. The importance of argumentative discourse, which is interpreted as a coherent oral or written text, with the aim of convincing the interlocutor of the truth of any judgment and making him accept this opinion, is indicated. The functions of business negotiations are considered. It has been proven that one of the conditions for successful negotiations is successful argumentation. The outcome of the negotiations depends on how convincing the arguments are. Therefore, argumentation is one of the few possibilities of speech impact on human consciousness. It has as its task to strengthen or weaken the beliefs of the communicant. Argumentation is aimed at another person or other people, involves dialogue and an active reaction from the other side to evidence. It is proved that negotiations as a type of business communication are characterized by a certain structural and genre originality, and the nature of argumentation has its own specifics and is due to the need to influence the opponent in order to reach an agreement and general benefit. It was revealed that the negotiators use different argumentation techniques. This, in turn, once again emphasizes the relativity and freedom of real argumentation. It is noted that argumentation in the field of business goes through confirmation, opposite opinion, opposite assessment, expansion and justification. When translating in negotiations, it is necessary to take into account and accurately convey the nature of the argumentation. The translator plays a*



*very important role in negotiations, the result of which to a certain extent depends on his skill.*

**Key words:** *Argumentation, negotiations, translation difficulties, argumentative discourse, strategy.*

**Мокрій Яна Олександрівна** – старший викладач кафедри філології, перекладу та стратегічних комунікацій Національної академії Національної гвардії України (м. Харків, Україна). E-mail: yanamokriy@gmail.com

**Мокрій Яна Александровна** – старший преподаватель кафедры филологии, перевода и стратегических коммуникаций Национальной академии Национальной гвардии Украины (г. Харьков, Украина). E-mail: yanamokriy@gmail.com

**Mokrii Yana Oleksandrivna** – Senior Lecturer of the Department of Philology, Translation and Strategic Communications of National Academy of the National Guard of Ukraine (Kharkiv, Ukraine). E-mail: yanamokriy@gmail.com