

*Н. М. Шкворченко,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри перекладу та мовознавства,
Одеського міжнародний гуманітарний університет*

РЕАЛІЗАЦІЯ ІНТЕНЦІЇ У ДІЛОВОМУ ДІАЛОЗІ ЗАЛЕЖНО ВІД ІЄРАРХІЧНИХ ВІДНОСИН КОМУНІКАНТІВ

Стаття присвячена проблемам мовного ділового спілкування жінок та чоловіків, які знаходяться на різних сходинках ієрархічної драбини. Ця проблема є дуже актуальною у сучасному світі, коли ділові співвідношення припинили бути прерогативою лише чоловіків. Діалогічне ділове спілкування аналізується в цій статті не лише з точки зору ієрархії, але і з гендерної точки зору. У статті проаналізовано ступінь успішності комунікації у наступних ситуаціях: жінка-начальник – чоловік-підлеглий, чоловік-начальник – жінка-підлегла та чоловік і жінка – партнери рівного рангу. Знання та розуміння особливостей мовного спілкування чоловіків і жінок допомагає взаєморозумінню між співробітниками і, як наслідок, полегшує спільну ділову діяльність.

Підбір матеріалу проведено таким чином, щоб у всіх досліджуваних діалогах ділове спілкування відбувалося між чоловіками і жінками. Включення до сфери дослідження висловлювань з різною структурою, але з однаковою конотацією, ставить своєю метою з'ясувати, у яких випадках ієрархічні ознаки є супутніми засобами, а в яких – компенсуючими гендерним.

Ділове спілкування займає значне місце у житті більшості людей, оскільки постійно доводиться обговорювати питання, пов'язані з організацією виробництва, з життям трудового колективу, виконанням посадових і службових обов'язків, укладенням угод різного роду, договорів, прийняттям рішень, оформленням документів тощо. Ділове спілкування відіграє важливу роль у різних видах професійної діяльності, визначає їх успіх. Особливу значимість воно набуває для людей, зайнятих в управлінні. Як показало дослідження, проведене в галузі менеджменту, на спілкування витрачається 80% робочого часу керівників усіх рівнів [1].

Цікавим у цьому відношенні є вислів Дж. Рокфеллера: «Уміння спілкуватися з людьми – такий самий товар, як цукор чи кава. І я готовий платити за це вміння більше, ніж за будь-який інший товар у цьому світі» [1, с. 69].

У науковій і методичній літературі немає строгого визначення поняття «ділового спілкування». Найбільш прийнятним можна назвати наступне: ділове спілкування – це міжособистісне спілкування з метою організації та оптимізації того чи іншого виду предметної діяльності: виробничої, наукової, комерційної, управлінської і т. ін.

Існування гендерно-змішаних колективів є нормою сьогоденної ситуації на ринку праці. Багато вітчизняних та закордонних вчених – соціологи і психологи неодноразово зверталися до проблеми гендерного взаємодії в діловому колективі [2; 3; 4].

Гендерні стереотипи – це частина панівного соціальної свідомості, які є особливо помітними в діловій сфері. Психологи почали вивчати гендерні від-

мінності ще наприкінці XIX століття, але аж до 1970-х вони здебільшого займалися тим, що демонстрували відмінності статей і обґрунтовували цим різне ставлення до чоловіків і жінок [5].

Поява жінки у сфері бізнесу призвело до порушення стереотипів. Наскільки важливою є гендерна відмінність під час ділового діалогічного спілкування, і чи впливає вона на успішний результат комунікації, ми спробували з'ясувати в цій статті.

Розглядаючи спілкування як специфічну форму діяльності і як самостійний процес взаємодії з метою реалізації інших видів діяльності, виділяють основні функції спілкування:

- 1) інформаційно-комунікативну (прийом та передача інформації);
- 2) регулятивно-комунікативну (взаємне коригування дій у процесі спільної діяльності);
- 3) ефективно-комунікативну (передача емоційного ставлення).

Одним з основних компонентів мовленнєвої діяльності, який перебуває у сфері уваги практично всіх сучасних напрямків лінгвістики, є інтенція мовця. Активно ведеться робота над визначенням засобів і способів вираження інтенції мовця [6]. Однак ще не вироблені чіткі критерії для відмежування поняття інтенції мовця від понять комунікативної мети, комунікативної задачі, мотиву мовця. Немає чіткого уявлення про місце, роль і принципи функціонування інтенції у висловлюванні. У статті робиться спроба наблизитися до вирішення деяких із зазначених проблем, а саме: як успішність реалізації інтенції мовця залежить від рангу відносини комунікантів в діловому діалогічному спілкуванні.

У своїй класифікації ми розділили досліджувані діалогічні єдності по інтенції комунікантів на п'ять основних типів:

- 1) залучення уваги співрозмовника;
- 2) повідомлення інформації співрозмовнику;
- 3) запит або одержання інформації від співрозмовника;
- 4) прохання чи наказ виконати що-небудь;
- 5) переконання співрозмовника у чомусь.

Виходячи з перерахованих вище характеристик, було проведено аналіз залежності соціального рангу, гендеру, а також інтенції мовця від ступеня успішності ділового діалогічного спілкування.

По-перше, в діалогах по вертикалі, тобто коли комуніканти знаходяться на різних щаблях ієрархічної драбини, в середньому спостерігається більший відсоток успішних діалогів (75%) порівняно з тими, у яких комуніканти дорівнюють за соціальним рангом (62%).

По-друге, залежно від гендерної належності керівника, ступінь успішності комунікації досягає 79% у ситуації «жінка-начальник – чоловік-підлеглий», і 73% у ситуації «чоловік-начальник – жінка-підлегла».

По-третє, слід зазначити залежність успішності комунікації від інтенції мовця. Так, у ситуації «жінка-начальник – чоловік-підлеглий» найбільший відсоток успішності спостерігається при залученні уваги (82%) і при переконанні (85%). Водночас, у ситуації «чоловік-начальник – жінка-підлегла» найбільший відсоток успішності спостерігається при повідомленні інформації (90%), а також

при проханні або наказі (87%). У ситуації «чоловік та жінка – ділові партнери рівного рангу» найбільший відсоток успішності спостерігається при повідомленні інформації (82%), а найменший – при спробах переконати співрозмовника (43%).

Таким чином, можна підсумувати, що найбільш успішними є:

1) ділові діалоги у ситуації «чоловік-начальник – жінка-підлегла» з інтенцією мовця повідомити співрозмовнику інформацію (90% успішності), а також з інтенцією дати вказівку співрозмовнику у формі прохання чи наказу (85% успішності);

2) ділові діалоги у ситуації «жінка-начальник – чоловік-підлеглий» з інтенцією мовця привернути увагу (85% успішності) і з інтенцією переконати співрозмовника (85% успішності);

3) ділові діалоги у ситуації «чоловік та жінка – ділові партнери рівного рангу» з інтенцією мовця повідомити інформацію (80% успішності).

Найменш успішними серед досліджуваних діалогів можна назвати:

1) ділові діалоги «чоловік-начальник – жінка-підлегла» з інтенцією мовця переконати співрозмовника (60% успішності);

2) ділові діалоги у ситуації «жінка-начальник – чоловік-підлеглий» з інтенцією мовця запросити або отримати інформацію (75% успішності);

3) ділові діалоги у ситуації «чоловік та жінка – ділові партнери рівного рангу» з інтенцією мовця переконати співрозмовника (50%).

У перспективі планується компаративне дослідження англійських та українських ділових діалогів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Введенская Л.А. Деловое общение / Л.А. Введенская. – М., 2004. – 512 с.
2. Душкина М.Р. Психология влияния: деловое общение / М.Р. Душкина. – Санкт-Петербург : Питер, 2004. – 224с.
3. Карасик В.И. Язык социального статуса / В.И. Карасик. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. – 333 с.
4. Лавриненко Н.В. Женщина: самореализация в семье и обществе (Гендерный аспект) / Н.В. Лавриненко. – К. : ВИПОЛ, 1999. – 203 с.
5. Основи теорії гендеру : навчальний посібник [відп. ред М. М. Скорик]. – К. : «К.І.С.», 2004. – 536 с.
6. Шкворченко Н.М. Гендерні функції мови у процесі соціалізації індивіда (на матеріалі англійського ділового дискурсу) / Н. М. Шкворченко // Збірник праць та доповідей XVII Міжнародної наукової конференції професора Сергія Бурого. – К. : Наука, 2007. – С. 64–67.