

А. В. Грицук

СТРАТЕГИЯ УБЕЖДЕНИЯ В УСТНОМ ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ
(на материале английского языка)

Данная работа посвящена стратегии убеждения в деловой коммуникации, а именно принципиальному ведению переговоров и позиционному торгу, а также тактическим приемам, применяемым для достижения целей этой стратегии.

Анализ приемов и техник ведения переговоров проводился на основе известных кинофильмов: «Социальная сеть», «Оппенгеймер» и «Moneyball». Использование киноматериала позволило не только наглядно продемонстрировать реализацию стратегии убеждения и тактик в контексте реальных переговорных ситуаций, но и выявить конкретные лингвистические маркеры, используемые участниками для достижения своих коммуникативных целей.

В рамках стратегии «позиционного торга» выделены две основные группы тактик: прямые агрессивные и косвенные психологические, каждая из которых имеет свои особенности и лингвистические проявления. Прямые агрессивные тактики, такие как тактика давления (использование угроз, шантажа, манипуляции сроками), завышения первоначальных требований (создание искусственного дефицита, необоснованное увеличение цены) и дисквалификации (обесценивание аргументов, критика личности оппонента), были проанализированы с точки зрения их коммуникативной экспрессии и воздействия на оппонента. Показано, как данные тактики, используя пря-

мые угрозы, ультиматумы и обесценивание аргументов, направлены на принуждение к принятию выгодных условий путем создания атмосферы страха, неуверенности и давления. Лингвистический анализ выявил, что для реализации этих тактик часто используются преувеличения, гиперболы и эмоционально окрашенная лексика.

Косвенные психологические тактики, включая тактику вины (создание чувства ответственности за прошлые действия или потенциальные последствия, апелляция к моральным принципам) и тактику «салями» (постепенное достижение цели путем серии мелких уступок, которые, накапливаясь, приводят к существенному изменению позиции оппонента), были рассмотрены как инструменты, воздействующие на эмоции и моральные установки оппонента. Было выявлено, как тактика вины, через создание чувства ответственности за прошлые действия или потенциальные последствия, ослабляет сопротивление и способствует принятию нужных решений.

Лингвистически, эта тактика реализуется с помощью использования условных предложений, негативных оценок и прогнозов. Рассмотрено также применение тактики «салями», предполагающей постепенное достижение цели путем серии мелких уступок, которые, накапливаясь, приводят к существенному изменению позиции оппонента. Важно отметить, что эта тактика часто реализуется с использованием вежливых и смягчающих выражений, создающих иллюзию доброжелательности и готовности к компромиссу.