

Marta Dargiewicz  
Uniwersytet Śląski w Katowicach  
dargiewicz@op.pl

## Rozmowa negocjacyjna jako gatunek mowy

### Wokół pojęć

Żyjemy w dobie negocjacji. Społeczne i ekonomiczne zmiany w świecie związane z globalizacją rynku, zwiększoną mobilnością, dynamicznymi procesami przekształceń przedsiębiorstw czy wreszcie postępującą cyfryzacją powodują, że negocjacje stają się już nie tylko koniecznym sposobem rozwiązywania sporów, ale wręcz stałą aktywnością językową i z tego powodu zasługują na uwagę.

O samych negocjacjach napisano wiele (głównie w ujęciu ekonomicznym), perspektywa lingwistyczna pozwala jednak na poszerzenie dotychczasowej wiedzy o interesujące komponenty. Słowo *lingwistyczna* warto podkreślić, i to z dwóch powodów. Po pierwsze – aby czytelnik miał świadomość zastosowanej w tekście optyki, po drugie – warto opatrzyć je komentarzem objaśniającym, gdyż od czasów ukazania się w Polsce *Estetyki twórczości słownej* Michaiła Bachtina opisom genologicznym zaczęły być poddawane nie tylko pisane teksty artystyczne<sup>1</sup>, klasyfikowane jako wysokie, ale także komunikaty mówione, co spowodowało, że genologia jako nauka zyskała nowe oblicze – przedmiot jej zainteresowania rozciągnął się na całe uniwersum mowy i z czasem zaczęto wyróżniać genologię lingwistyczną i genologię literacką. Bachtin pisał: „Dysponujemy bogatym repertuarem ustnych i pisemnych gatunków mowy, choć teoretycznie mo-

<sup>1</sup> M. Bachtin, *Estetyka twórczości słownej*, przeł. D. Ulicka, Warszawa 1986.

żemy w ogóle nie wiedzieć o ich istnieniu, w praktyce stosujemy je z pewnością i pewnie. [...] Gatunki mowy są nam dane w taki sam nieomal sposób jak język ojczysty, którego używamy bez trudności przed teoretycznym opanowaniem gramatyki”<sup>2</sup>. Michaił Bachtin jako pierwszy użył terminu *gatunek mowy* i wysunął w swojej przełomowej pracy tezę o istnieniu gatunków pierwotnych i wtórnych, do czego już na wstępie chciałabym nawiązać i zakwalifikować rozmowę negocjacyjną jako gatunek wtórny<sup>3</sup>. Myśl Bachtina na gruncie polskim przekształciła i rozwinęła Anna Wierzbicka<sup>4</sup>, ale za Marią Wojtak przyjmuję, że gatunek mowy jest rozumiany jako „twór abstrakcyjny (model, wzorzec) mający jednak różnorodne konkretne realizacje w formie wypowiedzi, a także jako zbiór konwencji, które podpowiadają członkom określonej wspólnoty komunikatywnej, jaki kształt nadać konkretnym interakcjom”<sup>5</sup>.

W literaturze poświęconej negocjacom znajdziemy różne definicje tej formy wypowiedzi, na szczególną uwagę zasługują jednak te zaproponowane przez autorytety.

Roger Fisher, William Ury i Bruce Patton, autorzy *Dochodząc do TAK. Negocjowanie bez poddawania się*, uważają, że negocjacje to „zwrotny proces komunikowania się w celu osiągnięcia porozumienia w sytuacji, gdy ty i druga strona związani jesteście pewnymi interesami, z których jedne są wspólne, a inne przeciwstawne”<sup>6</sup>. Willem Mastenbroek za negocjowanie uznaje odpowiednią strategię „w przypadku różnych, a czasami sprzecznych interesów, dwóch stron współzależnych w takim stopniu, że porozumienie byłoby wzajemnie korzystne”<sup>7</sup>. Zbigniew Nęcki w pracy *Negocjacje w biznesie* pisze: „Podstawowe określenie negocjacji można ująć w proste stwierdzenie: jest to sekwencja wzajemnych posunięć, poprzez które strony dążą do osiągnięcia możliwie korzystnego rozwiązania częściowego konfliktu interesów”<sup>8</sup>.

Mając na względzie te i inne próby zdefiniowania pojęcia i przyglądając się zagadnieniu z lingwistycznego punktu widzenia, za rozmowę

<sup>2</sup>Tamże, s. 373.

<sup>3</sup>Jak zauważa Teresa Dobrzyńska, gatunki pierwotne są przez badacza rozumiane dwojako: jako najprostsze i najstarsze formy komunikacji powstałe na etapie rozwoju społecznego człowieka, przed upowszechnieniem się pisma, oraz jako punkt wyjścia do dalszego ich przetwarzania. Zob. T. Dobrzyńska, *Gatunki pierwotne i wtóre. (Czytając Bachtina)*, [w:] *Typy tekstów. Zbiór studiów*, red. T. Dobrzyńska, Wrocław 1992.

<sup>4</sup>A. Wierzbicka, *Geny mowy*, [w:] *Tekst i zdanie. Zbiór studiów*, red. T. Dobrzyńska, E. Janus, Wrocław 1983.

<sup>5</sup>M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Lublin 2004, s. 16.

<sup>6</sup>R. Fisher, W. Ury, B. Patton, *Dochodząc do TAK. Negocjowanie poddawania się*, przeł. R. A. Rządca, Warszawa 1996, s. 27–28.

<sup>7</sup>W. Mastenbroek, *Negocjowanie*, przeł. E. i T. Szapiro, Warszawa 1996, s. 16.

<sup>8</sup>Z. Nęcki, *Negocjacje w biznesie*, Kraków 1995, s. 16.

negocjacyjną uznając komunikowanie się werbalne (w przypadku rozmów bezpośrednich również niewerbalne) skonfliktowanych i zależnych od siebie nadawcy i odbiorcy, zwykle w celu osiągnięcia porozumienia<sup>9</sup>. Liczba rozmówców po każdej ze stron, jak i samych stron, pozostają zmienne, komunikacja zaś przebiega głównie wzdłuż osi propozycja – kontrpropozycja za pomocą kanału ustnego, bezpośredniego lub pośredniego (rozmowa telefoniczna)<sup>10</sup>. Rozmowy negocjacyjne są realizowane również poprzez kanał pisemny, lecz tego typu teksty nie znalazły się w polu mojej obserwacji jako nieprototypowe.

Po zapoznaniu się z postulatami naukowymi Stefanii Skwarczyńskiej (1965), Marii Wojtak (2004), Anny Wierzbickiej (1983), Aleksandra Wilkonja (2002), Jerzego Bartmińskiego (2012) i Bożeny Witosz (2001, 2005) oraz uwzględniając specyfikę tekstów, które zgromadziłam, w celu opisu negocjacji jako gatunku mowy, przyjąłm za Marią Wojtak, że pełna analiza gatunkowa obejmie: 1) aspekt strukturalny (podział tekstu na segmenty a także występujące między nimi relacje); 2) aspekt pragmatyczny (nadawca, odbiorca, cel komunikatu, kontekst oraz okoliczności funkcjonowania gatunku); 3) aspekt poznawczy (tematyka i sposób jej ukazania; perspektywa, punkt widzenia, wartości); 4) aspekt stylistyczny (cechy stylistyczne uwarunkowane strukturalnie)<sup>11</sup>.

Celem artykułu jest opis wyznaczników genologicznych rozmowy negocjacyjnej jako gatunku mowy – wyznaczniki te wskazują na wzorzec gatunkowy stanowiący według Marii Wojtak zbiór reguł uściślających najistotniejsze poziomy gatunkowego schematu oraz zachodzące między nimi relacje i sposoby ich funkcjonowania<sup>12</sup>. Elementy składające się na wzorce alternatywne nie zostały przeze mnie uwzględnione. Materiał badawczy stanowi 17 rozmów negocjacyjnych (zapisy audio i audio-video) przeprowadzonych na Górnym Śląsku (Katowice) w latach 2017–2018.

<sup>9</sup> Nie chcę przez to powiedzieć, że rozmowa negocjacyjna, której celem nie będzie porozumienie, nie wpisuje się w ramy gatunku. Ludzie negocjują przecież z różnych powodów, ich pobudki nie zawsze bywają etyczne. Poruszona kwestia ma związek ze świadomym wyborem celu i zastosowaniem przez uczestników odpowiednich strategii, co rozwinę w dalszej części wywodu.

<sup>10</sup> Mam świadomość, że dyskurs negocjacyjny obejmuje swoim zasięgiem teksty kierowane do przeróżnych odbiorców i obliczone na osiągnięcie różnorodnych celów, dlatego używam słów *porozumienie* oraz zestawienia *propozycja – kontrpropozycja* w szerokim rozumieniu, w niektórych przypadkach nawet metaforycznym (gdyby na przykład porównać negocjacje kryzysowe i administracyjne, to te pierwsze zwykle toczone są w trudnych warunkach fizycznych, czemu towarzyszą skrajne emocje rozmówców – uczestnicy negocjacji administracyjnych porozumiewają się w zupełnie innych okolicznościach, chciałoby się powiedzieć: w okolicznościach nieporównywalnych, zarówno pod względem fizycznym, jak i psychicznym).

<sup>11</sup> M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Lublin 2004.

<sup>12</sup> M. Wojtak, *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, red. D. Ostaszewska, t. 2, *Tekst a gatunek*, Katowice 2004.

## Aspekt strukturalny negocjacji

Rozmowa negocjacyjna to gatunek mowy wywodzący się od gatunku nadrzędnego, jakim jest rozmowa. W *Słowniku terminów literackich* definiuje się rozmowę (dialog) jako „zespół wypowiedzi co najmniej dwóch osób na określony temat. Dla rozmowy charakterystyczna jest wymiennność ról nadawcy i odbiorcy wśród jego uczestników – ta sama osoba występuje raz jako przedmiot mówiący, to znów jako adresat słów wypowiedzianych przez innego rozmówcę. Żadna z wypowiedzi [...], czyli replik, nie stanowi sama przez się autonomicznej całości znaczeniowej, dopiero powiązanie wszystkich replik tworzy układ znaczeniowo kompletny i samodzielny”<sup>13</sup>. Urszula Żydek-Bedarczuk podaje jeszcze więcej kategoryalnych własności rozmowy jako gatunku, do których zalicza co najmniej dwóch partnerów w interakcji (zanurzonych w konteksty społeczne, polityczne i kulturowe), obligatoryjną wymianę ról nadawcy i odbiorcy, intencje rozmówców, temat rozmowy będący podstawowym punktem uwagi i działania językowego obu partnerów, komunikację *face to face* oraz aktualność czasu i przestrzeni, w jakiej dochodzi do zdarzenia komunikacyjnego<sup>14</sup>. W tym samym opracowaniu badaczka podaje własną definicję rozmowy, którą przytoczę i uczynię punktem wyjścia do dalszych rozważań: „Mogę więc zdefiniować rozmowę jako wydarzenie komunikacyjne w komunikacji *face to face* realizowane werbalnie, w której uczestniczy co najmniej dwóch partnerów uwikłanych w kontekst językowy, społeczny i kulturowy. Partnerzy realizują określony cel, intencję, podejmując temat rozmowy. [...] Rozmowa powinna [...] być zanurzona w sytuację. Jednocześnie w płaszczyźnie organizacji struktury rozmowy kroki, sekwencje, fazy decydują o jej przebiegu komunikacyjnym”<sup>15</sup>.

Rozmowa negocjacyjna jako pochodna rozmowy realizuje strukturę, w której występują podstawowe akty mowy tworzące pytania i odpowiedzi, lecz pojedyncze kroki nie rozstrzygają jeszcze o dialogowości ani o charakterze negocjacyjnym. Badając model kompozycyjny gatunku, dostrzegłam występowanie konkretnych sekwencji łączących się w jeszcze większe jednostki – fazy<sup>16</sup>.

<sup>13</sup> Michał Głowiński i in., *Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Warszawa 1988, s. 89.

<sup>14</sup> U. Żydek-Bedarczuk, *Od rozmowy do talk show. Uwagi o telewizyjnych gatunkach mowy*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, red. D. Ostaszewska, t. 2, *Tekst a gatunek*, Katowice 2004, s. 425.

<sup>15</sup> Tamże, s. 425.

<sup>16</sup> Według Urszuli Żydek-Bedarczuk rozmowę charakteryzuje dialogowa struktura tekstu, w którym za najmniejszą jednostkę autorka uznaje krok. To kroki, połączone w pary lub łańcuchy, nadają tekstowi formę dialogu. Z kolei utworzone z kroków diady inicjująco-reagujące układają się w jednostkę dialogową jeszcze wyższą – sekwencję. Zob. U. Żydek-Bedarczuk, *Struktura tekstu rozmowy potocznej*, Katowice 1994, s. 55.

Bloki dialogowe tworzą następującą kompozycję:

**Przygotowanie** jako bezdialogowy wstęp<sup>17</sup>, chyba że zachodzi przypadek negocjacji zespołowej lub przygotowują się do niej członkowie zespołu – wtedy nadawcami i odbiorcami stają się członkowie własnej grupy: sojusznicy.

**I. Otwarcie**<sup>18</sup>.

**II. Oferowanie** będące ciągami występujących naprzemiennie sekwencji: propozycja – kontrpropozycja zmierzającymi do aktów wzajemnych ustępstw.

**III. Zamknięcie: zamknięcie finalne** negocjacji zwieńczone podpisaniem umowy (na podstawie sporządzonego protokołu) lub **zamknięcie etapu negocjacji**, czyli bieżącego zdarzenia komunikacyjnego – negocjacje będą wówczas ciągiem rozmów realizujących każdorazowo powyższy wzorzec (I–III) aż do uzyskania porozumienia i zamknięcia finalnego.

Mówiąc o wyznacznikach kompozycyjnych rozmowy negocjacyjnej, nie sposób nie wspomnieć o **impasie**, który uznaję za „nadskładnik” fazy oferowania. Prowadzi do niego brak gotowości do dokonania ustępstw połączony z podważaniem zasadności zdania rozmówcy i atakami personalnymi. Impas oznacza postrzeganie przez negocjatorów sytuacji konfliktowej jako nieposiadającej rozwiązania, „stanowi *martwy punkt* w negocjacjach”<sup>19</sup>. Rozmowy negocjacyjne, w których nie zachodzi, należą do chlubnych wyjątków, trzeba jednak przyznać, że się zdarzają – tym niemniej uznaję impas za jakość nieobligatoryjną, nienależącą do wzorca kanonicznego rozmowy negocjacyjnej. Impas w warstwie pragmatycznej rozmowy negocjacyjnej przejawia się występowaniem aktów odmowy (1. rozm. 8. *W życiu! Nigdy się na coś takiego nie zgodzimy*), protestu (2. rozm. 8. *Nie możecie tego zrobić*), ostrzeżenia (3. rozm. 8. *W takim przypadku my się wycofamy*), zaprzeczenia (4. rozm. 6. *Żadne zaniebdanie, niczego nie za-*

<sup>17</sup> W tym miejscu można by dyskutować, czy taki element, jak przygotowanie, występuje np. w rozmowie negocjacyjnej kryzysowej, którą, jak wiadomo, charakteryzuje niezwykle dynamika i związany z nią element zaskoczenia. Robert Poklek i Magdalena Chojnacka, autorzy *Negocjacji policyjnych i więziennych*, na co dzień funkcjonariusze Służby Więziennej, zastrzegają, że w przypadku negocjacji kryzysowych nie ma złotego środka, każde ze zdarzeń to sytuacja wyjątkowa, w rozdziale dotyczącym zasad prowadzenia negocjacji policyjnych podają jednak, że przed przystąpieniem do negocjacji należy zebrać maksymalną ilość informacji na temat sprawy i zdarzenia. Zob. R. Poklek, M. Chojnacka, *Negocjacje policyjne i więzienne*, Warszawa 2017, s. 19.

<sup>18</sup> W zebranych materiale nie znalazł się taki element, jak rozmowa wstępna, do której dochodzi przed przystąpieniem do negocjacji (odstęp czasowy między rozmową wstępną a samymi negocjacjami bywa różny), i która, poza wymianą formuł grzecznościowych, zmierza do ustalenia okoliczności rozmowy, takich jak: czas i miejsce, aranżacja przestrzeni (miejsce przy stole negocjacyjnym), poczęstunek, dostęp do materiałów i mediów, dlatego ten składnik nie został przeze mnie uwzględniony.

<sup>19</sup> *Ekonomiczne podstawy negocjacji*, red. H. Jastrzębska-Smolaga, Warszawa 2007, s. 106. Więcej o impasie zob. R.A. Rządca, *Negocjacje w interesach*, Warszawa 2003, s. 54.

*niedbaliśmy. Spełniliśmy co do punktu projekt)* czy też aktów emotywnych (5. rozm. 9. *Wkurzacie mnie!*).

Rozmowę negocjacyjną zwykle poprzedza (a przynajmniej powinno poprzedzać) **przygotowanie** – element decydujący o powodzeniu negocjacji<sup>20</sup>. To etap blokady komunikacyjnej między nadawcą i odbiorcą jako przeciwnikami oraz gromadzenia wiedzy; podczas przygotowania rolę nadawców i odbiorców odgrywają członkowie własnego zespołu.

**Otwarcie** to początkowa faza negocjacji realizowana w aktach grzecznościowych, ale i informacyjnych, takich jak: przedstawienie się, powitanie, podziękowanie oraz plan (6. rozm. 4. *Witamy państwa, dziękujemy za przybycie. Państwo pozwolą, że przedstawię siebie i swój zespół.* 7. rozm. 12. *Dzień dobry, nazywam się... Na początek chciałbym zaproponować ustalenie przebiegu negocjacji, żebyśmy wszyscy mieli jasność i się nie kłócili*). Krokiem otwierającym bywa także pytanie (8. rozm. 17. *Dzień dobry. Jak tam pan doleciał?* 9. rozm. 6. *Witam, miło was widzieć. Znowu. Czy możemy zaczynać?*).

**Oferowanie** stanowi centralną część rozmowy negocjacyjnej, krokami je inicjującymi są zwykle akty wyrażania woli (10. rozm. 4. *Może zagniemy od kwestii...* 11. rozm. 10. *Chciałabym się najpierw zająć...*), po których często następuje złożenie propozycji (12. rozm. 4. *Proponujemy Wam, zresztą na bardzo atrakcyjnych warunkach, kupienie partii produktu w cenie...*). W odpowiedzi na propozycję nadawcy pada kontrpropozycja odbiorcy (13. rozm. 4. *Dobrze, ale pod warunkiem, że nie będziemy musieli pokrywać kosztów reklamacji*) – elementy powtarzają się, dopóki jedna ze stron zgodzi się na ustępstwa.

Fazę oferowania wytycza właściwa kolejność negocjowania poszczególnych kwestii<sup>21</sup>; jako pierwsze należy omawiać sprawy mało ważne, w których strony prawdopodobnie szybko się porozumieją, w następnej – sprawy kluczowe wymagające poszukiwania nietypowych rozwiązań; jako kolejne powinny zostać poruszone kwestie ważne, podczas ustalania których może się pojawić dużo emocji, a na końcu – tematy najmniej istotne.

Faza oferowania jest zwykle przerywana, kiedy nadawca, odbiorca albo członkowie zespołu poproszą o **przerwę** – w trakcie przerwy członkowie zespołu stają się dla siebie naprzemiennie nadawcami i odbiorcami sojusznikami, toczy się między nimi rozmowa.

**Zamknięcie finalne** tworzą komponenty zamykające, takie jak pożegnania (14. rozm. 1. *Do widzenia*), podziękowania (15. rozm. 1. *Dziękujemy za spotkanie*), ale również akty wyrażające wolę dalszej współpracy (16.

<sup>20</sup> O roli przygotowania do negocjacji i związanych z nim działaniach zob. A. Kozina, *Wymiary i parametry sytuacji negocjacyjnej*, „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia” 2017, nr 1, s. 419–429.

<sup>21</sup> A. Niemczyk, M. Kędziński, *O negocjacjach i negocjatorach*, Gliwice 2014, s. 32.

rozm. 1. *Mam nadzieję, że to początek naszej współpracy i że będzie dobrze*), **zamknięcie etapu negocjacji** następuje natomiast poprzez akty pożegnania, podziękowania i odwołanie się do ustalonego terminu kolejnych rozmów (17. rozm. 4. *Do zobaczenia za tydzień, będziemy kontynuować*).

### Aspekt pragmatyczny negocjacji

Dla konstrukcji nadawcy i odbiorcy rozmowy negocjacyjnej niezwykle ważny jest jej **kontekst** – to on determinuje okoliczności językowe, gdyż strony negocjacji (idealny nadawca i idealny odbiorca), przystępując do rozmów, uznają, że porozumienie w danej sprawie może im dać większe korzyści niż działanie niezależnie od siebie. Interesy nadawcy i odbiorcy są sprzeczne co najmniej w jednym obszarze, ale istnieją też obszary wspólne. Przystąpienie do rozmów jest dla stron przynajmniej częściowo dobrowolne<sup>22</sup>.

Nadawcę i odbiorcę jako przeciwników (**przeciwnik-nadawca, przeciwnik-odbiorca**) nieodmiennie łączy konflikt i to on w głównej mierze generuje zachowania komunikacyjne uczestników zdarzenia<sup>23</sup>. Konflikt przenosi rozmowę na płaszczyzny perswazji i manipulacji<sup>24</sup>.

Przeciwnik-nadawca i przeciwnik-odbiorca (ich „werbalna obecność” zaznacza się w formie gramatycznej czasowników: odpowiednio 1. os. lp. lub w 1. os. l.m.) jako strony sporu są naprzemiennymi twórcami rozmowy negocjacyjnej i naprzemiennie pełnią wobec siebie role to nadawcze, to odbiorcze; współtworzą dialog rozciągnięty w czasie – przy zastrzeżeniu, że negocjują dwie osoby<sup>25</sup>. W przypadku rozmowy negocjacyjnej prowadzonej przez zespoły negocjacyjne dochodzi jednak do powielenia się odbiorców i nadawców, dodatkowo członkowie zespołu rozmawiają o dynamicznej sytuacji negocjacyjnej między sobą podczas przerwy, stając się dla siebie nawzajem i naprzemiennie raz **sojusznikami-nadawcami**, raz **sojusznikami-odbiorcami**. Sytuacja komplikuje się jeszcze bardziej, kiedy dochodzi do negocjacji wielostronnych (np. międzynarodowych) – wtedy następuje proces multiplikacji nadawców i odbiorców<sup>26</sup>.

<sup>22</sup>Tamże, s. 35.

<sup>23</sup>O konfliktach, jego uwarunkowaniach i rozwiązywaniu zob. Z. Nęcki, *Negocjacje w biznesie*, Kraków 1995, s. 151–157.

<sup>24</sup>Autorzy tzw. harwardzkiego modelu negocjacji wyszli natomiast z założenia, że konflikt jest szansą, a przeciwnicy mogą negocjować rzeczowo i w oparciu o zasady, w atmosferze wzajemnego poszanowania. Zob. R. Fisher, W. Ury, B. Patton, *Dochodząc do TAK...*

<sup>25</sup>A. Niemczyk, M. Kędzierski, *O negocjacjach i negocjatorach...*, s. 131.

<sup>26</sup>Temat negocjacji wielostronnych ciekawie omawia Jacek Kamiński. Zob. J. Kamiński, *Negocjowanie. Techniki rozwiązywania konfliktów*, Warszawa 2007, s. 147–186.

Podczas negocjacji toczonych przez zespół w jego skład może wchodzić kilka osób: główny negocjator (to na nim spoczywa największy obowiązek działalności językowej), negocjator wspierający (nieobligatoryjnie), osoba decyzyjna (jej aktywność komunikacyjna jest znikoma), obserwator (osoba będąca jedynie odbiorcą), a nawet ekspert merytoryczny (współtworzy proces negocjacyjny, jego komunikaty mogą znacząco wpłynąć na bieg negocjacji, obecność eksperta nie jest obowiązkowa).

Nadawcę i odbiorcę łączy zwykle idealny i nadrzędny **cel** rozmowy negocjacji – osiągnięcie porozumienia, lecz porozumienie jest odmiennie rozumiane przez strony konfliktu. Należy również uwzględnić kwestię strategii negocjacyjnych i uznać, że rozmowa negocjacyjna może być toczona z innych, mniej wzniosłych pobudek<sup>27</sup>. Cel strategii staje się wtedy celem sekwencji lub celem głównym rozmowy negocjacyjnej.

Odnotowanie egzemplifikacji celu rozmowy negocjacyjnej nie jest łatwe i choć rozmówcy nie zawsze chcą go ujawniać, można założyć, że cel zdradzają propozycje (18. rozm. 15. *Przejdźmy teraz do omówienia sytuacji personelu pokładowego*), twierdzenia (19. rozm. 15. *Ja chcę się dogadać*), akty gotowości i niezdecydowania (20. rozm. 12. *Nie wiem jak wy, ale ja bym już przeszła do ostatniej sprawy*).

Strategia unikania polega według Andrzeja Niemczyka i Mariusza Kędzierskiego na odwlekaniu spotkania negocjacyjnego<sup>28</sup>, przedłużaniu go albo na niepodjęciu lub unikaniu rozmowy (konkretnego tematu, wątku). Sprawdza się, kiedy jeden z nadawców chce zyskać na czasie, aby na przykład zebrać dodatkowe informacje czy też zweryfikować prawdziwość przeciwnika. Znajduje również zastosowanie, gdy nadawca wie o mającej nadejść zmianie (zmiana przepisów prawnych, sytuacji finansowej) lub też kiedy postanawia nie omawiać mało istotnych kwestii, gdyż ich wyartykułowanie mogłoby skutkować impasem (celem jest wtedy wyciszenie emocji). Niemczyk i Kędzierski wymieniają także inne strategie: dostosowania, kompromisu, dominacji i współpracy. W kontekście rozważań o celu rozmowy negocjacyjnej innym niż porozumienie na uwagę zasługuje również strategia dominacji – nadawca stosuje ofensywne zachowania komunikacyjne, gdyż ma znaczącą przewagę i nie zależy mu na podtrzymaniu kontaktów z odbiorcą w przyszłości. Jego celem jest zyskanie przewagi i pomnożenie zasobów, ale nie za cenę ustępstw.

<sup>27</sup> Strategia to koncepcja prowadzenia rozmów wykorzystująca triki, techniki i taktyki, która wiedzie do osiągnięcia ustalonego celu. Więcej o tym zagadnieniu zob. G. Myśliwiec, *Techniki i triki negocjacyjne*, Warszawa 1999; A. Niemczyk, M. Kędzierski, *O negocjacjach i negocjatorach...*

<sup>28</sup> A. Niemczyk, M. Kędzierski, *O negocjacjach i negocjatorach...*, s. 190.



Rozmowa negocjacyjna jako gatunek mowy odbywa się między stronami sporu w miejscu wspólnie wybranym i ma charakter oficjalny. Zwykle jest to sala konferencyjna znajdująca się na terenie własnym, przeciwnika lub w miejscu neutralnym, które strony ustalają w fazie rozmowy wstępnej<sup>29</sup>.

**Funkcjonowanie** rozmowy negocjacyjnej jako gatunku ogranicza się do konkretnego „tu i teraz” – ze względów praktycznych jednak jej przebieg zostaje ujęty w postaci protokołu, a wieńczy ją umowa.

### Aspekt poznawczy negocjacji

**Tematyka** rozmowy negocjacyjnej jest wytyczana przez charakter sporu – jego rodzaje przedstawił amerykański mediator, Christopher W. Moore, twórca tzw. koła konfliktu<sup>30</sup>. Analogicznie można zatem przyjąć, że tematyka rozmowy negocjacyjnej kształtuje się w zależności od charakteru sporu opartego na konfliktach: wartości (różnice religijne, przeciwstawne wartości, postawy życiowe, tradycje); relacji (błędne interpretowanie słów i zachowań, stereotypy, silne emocje, niewłaściwie przebiegająca komunikacja); interesów (interesy rzeczowe, proceduralne oraz psychologiczne: szacunek, poczucie własnej wartości); danych (brak informacji, niewłaściwa interpretacja, złe dane, różne procedury ich pozyskiwania) oraz konflikt dotyczący struktury (nierówny dostęp do zasobów, nieadekwatny rozkład sił i zadań, niesprawiedliwy podział przestrzeni, niejasne role zawodowe).

Dyskurs negocjacyjny, przy całym swoim oficjalnym charakterze komunikacyjnym, pozwala jednocześnie na pewną dowolność w wypowiedaniu wiedzy o świecie przeciwnika-nadawcy i przeciwnika-odbiorcy, jak również w przypadku negocjowania zespołów sojusznika-nadawcy i sojusznika-odbiorcy (wplatanie w główny nurt rozmowy uwag prywatnych: 21. rozm. 3. *A widziałas ten film o negocjacjach, gdzie występowała Meg Ryan?* 22. rozm. 7. *Boże, ale on się ekscytuje*). Dygresje na tematy niezwiązane z negocjacjami występowały w zgromadzonym materiale marginalnie, co tłumacząc faktem, że badani zostali powiadomieni o rejestrowaniu rozmów.

Wśród wielości i różnorodności tematów poruszanych w trakcie rozmowy negocjacyjnej można wyodrębnić dwa motywy realizujące się w każdego typu tekstach stanowiących reprezentację omawianego gatunku – w blokach dialogowych zawsze ujawnia się tematy, które nazwałam

<sup>29</sup> O roli wyboru miejsca negocjacji zob. J. Kamiński, *Negocjowanie...*, s. 113–144.

<sup>30</sup> Ch.W. Moore, *Mediacje. Praktyczne strategie rozwiązywania konfliktów*, przeł. A. Cybulko, M. Zieliński, Warszawa 2009.

„ja” oraz „propozycja”. Oba dotyczą w takim samym stopniu przeciwnika-nadawcy, jak i przeciwnika-odbiorcy, i są przez nich w mniejszym lub większym zakresie omawiane.

Temat „ja” (związany z życiem prywatnym i zawodowym, ale też podejmowany w celu zbudowania więzi lub zyskania wiarygodności w oczach interlokutora) może zostać poruszony przez rozmówców już w otwarciu, kiedy uczestnicy rozmowy negocjacyjnej wymieniają się zwrotami grzecznościowymi (23. rozm. 17. Osoba A: *Dzień dobry. Jak tam pan doleciał?* Osoba B: *Bardzo dobrze, dziękuję, mogłem sobie popatrzeć z samolotu, lubię takie podróże*), ale można go rozwijać w toku całej rozmowy. Wyraża się w aktach powiadamiających: twierdzeniach (jak powyżej) lub w pytaniach retorycznych (24. rozm. 17. *A wie pani, że udało mi się tam dotrzeć?*).

Drugi z tematów wzorca kanonicznego rozmowy negocjacyjnej – temat „propozycja” – pojawia w fazie oferowania i jest nie tylko informacją o produkcie, rozwiązaniu czy zachowaniu (w zależności od rodzaju propozycji padają szczegóły dotyczące ceny, właściwości fizycznych produktu czy konsekwencji zachowania), ale wiąże się ze wzbudzeniem u przeciwnika-odbiorcy chęci posiadania lub chęci postąpienia zgodnie z namową przeciwnika-nadawcy. W warstwie pragmatycznej przejawia się w postaci twierdzeń (25. rozm. 6. *Nasz napój jest bardzo smaczny, zwłaszcza ujmuje nuta alkoholowa, tam jest 5% alkoholu. Czystego*), udzielania rad (26. rozm. 5. *Tylko to, kupicie i przypadniecie, już nic nie będzie takie jak przedtem*) i innych środków perswazji, co zostanie omówione w niżej.

Charakter sporu rozmowy negocjacyjnej (i zarazem tematyka) zaznacza się również w nazwach jej odmian – są one informacją o obszarze, jakiego tyczy się spór. Wyróżnia się rozmowy negocjacyjne: handlowe, gospodarcze, biznesowe, administracyjne, pracownicze, zbiorowe, polityczne, dyplomatyczne, międzykulturowe, międzynarodowe, policyjne oraz kryzysowe<sup>31</sup>.

O aspekcie **poznawczym** rozmowy negocjacyjnej można mówić w odniesieniu do ujawnianego w niej przez uczestników systemu wartości, które odczytujemy na podstawie zawartych w komunikatach twierdzeniach (27.

<sup>31</sup> Nie jest mi znana żadna pełna klasyfikacja odmian negocjacji, można natomiast spotkać jej poszczególne bloki, w których podstawą podziału są m.in.: przedmiot i podmiot rozmów, ich cel, nastawienie rozmówców do sytuacji negocjacyjnej, relacje między stronami, postawa negocjatorów oraz zasięg oddziaływania. Powyższe zestawienie jest mojego autorstwa, odnotowałam w nim znane mi odmiany złożone według wymienionych kryteriów, ale ich szczegółowe opisanie wymagałoby osobnego tekstu. Uważam jednak, że do listy powinno się również dołączyć rozmowę negocjacyjną prywatną – negocjacje dotyczą prawie każdej sfery działalności człowieka, która umożliwia uaktywnienie się jego woli. Współcześnie obserwuje się zjawisko powstawania coraz to nowych odmian negocjacji (sądownicze, prawnicze, a nawet ubezpieczeniowe), choć można by dyskutować, na ile są to zabiegi mające na celu podniesienie rangi działań pewnych grup zawodowych, a na ile decyzje oddające kształt rzeczywistości.

rozm. 6. *Najlepsza chyba droga życiowa, czyli kompromisy*) lub pytaniach (28. rozm. 8. *Czy tak można?* 29. rozm. 2. *Czy to jest etyczne?*). Dylematy moralne nadawców i odbiorców zarejestrowanych rozmów negocjacyjnych stanowią dla mnie interesującą część materiału, zagadnienie etyki w negocjacjach okazało się żywe, a rozmówcy w dużej części prezentowali postawę idealistyczną<sup>32</sup>. Znacznie większą część reakcji komunikacyjnych stanowiły jednak te oparte na wzorcu perswazji<sup>33</sup>.

### Aspekt stylistyczny negocjacji

Rozmowa negocjacyjna jest gatunkiem niejednorodnym stylistycznie, co podczas negocjacji może sprawiać pewien kłopot, gdyż język podlega w tym przypadku nieustającym przekształceniom: nadawca i odbiorca spotykają się w sytuacji oficjalnej i dostosowują do niej swoje zachowania komunikacyjne, czasami nawet balansując na pograniczu stylu urzędowego lub naukowego, ale w miarę rozwoju sytuacji ich język może zacząć nabierać cech potocznych czy służyć wywarciu na rozmówcę nacisku i pełnić funkcję impresywną.

Mając na uwadze materiał badawczy, za wyróżnik stylistyczny rozmowy negocjacyjnej jako gatunku mowy uznaję współwystępowanie **oficjalności** (dopuszczającej jednak pewną dozę półoficjalności, a nawet potoczności), **fachowości oraz perswazyjności**<sup>34</sup>.

W zarejestrowanych rozmowach negocjacyjnych **oficjalność** wyraża się m.in. stosowaniem przez rozmówców form grzecznościowych, w tym adresatywnych *pan, pani, państwo* służących okazaniu szacunku, ale i zaznaczeniu dystansu (30. rozm. 5. *Witamy państwa w naszej firmie*. 31. rozm. 11. *Czy mogłaby pani wytłumaczyć, co ma na myśli?* 32. rozm. 15. *Ale czego dokładnie pan nie rozumie?*), aktów podziękowań (33. rozm. 1. *Właśnie, dziękuję, że pan o tym wspomina...* 34. rozm. 11. *Jestem wdzięczna, pięknie panu dziękuję*) czy formuł sygnalizujących zakończenie spotkania

<sup>32</sup> O etyce w negocjacjach i zajmowanych w niej postawach etycznych zob. S. Jarmuż, T. Witkowski, *Etyka w negocjacjach*, „Personel” 1998, wrzesień.

<sup>33</sup> Albert Z. Carr zachęca biznesmenów do blefu, twierdząc, że jest to rodzaj strategicznej gry i pełni podobną funkcję jak blefowanie w pokerze. Propozycja oddzielenia etyki biznesu od etyki życia codziennego jest jego naczelną tezą. Jedyną barierą regulującą zasady postępowania są według Carr’a obowiązujące przepisy prawa. Zob. A. Carr, *Is Business Bluffing Ethical?* „Harvard Business Review” 1968, January – February, s. 143–150.

<sup>34</sup> Kategoria oficjalności wciąż pozostaje niejednoznaczna, choć bywała przedmiotem dyskusji językoznawców. Uznaje się ją za kategorię socjolingwistyczną, odnoszącą się do sytuacji komunikacyjnej, ale i za kategorię stylistyczną przynależną organizacji wypowiedzi. Zob. B. Dunaj, *Kategoria oficjalności*, [w:] *Współczesna polszczyzna mówiona w odmianie opracowanej (oficjalnej)*, red. Z. Kurzowa, W. Śliwiński, Kraków 1994, s. 23–31 oraz J. Warchała, *Kategoria potoczności w języku*, Katowice 2003.

(35. rozm. 17. *Dobrze. Dziękuję, to jesteśmy umówieni*). Przy stole zasiadają najczęściej obcy sobie ludzie skoncentrowani na swoich racjach, a od skutecznych działań językowych niejednokrotnie zależy ich sytuacja zawodowa czy wręcz materialna. Początkowo sytuacja negocjacyjna sprawia, że przeciwnik-nadawca- i przeciwnik-odbiorca, zwłaszcza w fazie otwarcia, usztywniają się komunikacyjnie. Zdania budowane są wtedy zgodnie ze sprawdzonymi regułami składniowymi, w komunikatach przeważają zdania pojedyncze rozwinięte i zdania złożone podrzędnie i współrzędnie (36. rozm. 17. Osoba A: *Bardzo podoba mi się pańska kamienica. Jestem zainteresowana jej kupnem*. Osoba B: *Jestem bardzo dumny ze swojej kamienicy, bo jest wyjątkowa, ma ponad sto lat. Niedawno robiliśmy remont, elementy takie, wewnątrz, na zewnątrz*). Ta językowa adaptacja do oficjalnych okoliczności trwa jednak krótko (kilka pierwszych sekwencji otwarcia).

Odmiana oficjalna języka w pewnym stopniu wymusza stosowanie się przeciwnika-nadawcy i przeciwnika-odbiorcy do zasad etykiety językowej<sup>35</sup>, dlatego w rozmowie negocjacyjnej rzadko używa się wulgaryzmów i słów obraźliwych (37. rozm. 3. *Co za debil, nie mogę...* 38. rozm. 3. *Pieprzyć to!*). Ramy oficjalności rozmowy negocjacyjnej nie są po prostu tak sztywne, jak by się wydawało. Czasem granica między oficjalnością a potocznością wręcz się rozmywa, elementy oficjalne i nieoficjalne przenikają się (39. rozm. 9. Osoba A: *Jasne, super*. Osoba B: *To super, uprzejmie dziękuję*) – dotyczy to zarówno warstwy leksykalnej, jak i w składniowej. Obok struktur uporządkowanych, odznaczających się dbałością o formę (zdania złożone podrzędnie) i wykorzystujących słownictwo zawodowe, widoczne są konstrukcje potoczne (anakoluty, powtórzenia, szyk przestawny, wypowiedzenia niedokończone): 40. rozm. 6. *Restauracje i sklepy, w których posadzka została wykonana w sposób, który odpowiada takiemu użytkownikowi. A to, że państwo chcieli zmieniać inwestycje... Mówimy o czymś zupełnie innym. Być może z państwa winy i to państwo muszą dowieść, będziemy dyskutować o reklamacji, dowieść, dlaczego zaczęła ona pękać. To, że ona zaczęła pękać, potwierdzi rzeczoznawca, ale to my musimy odpowiedzieć na to, czemu ona pękać zaczęła, wiecie...* W tok zdaniowy wkradają się również potoczny i frazeologizmy (41. rozm. 8. *Nie no, spoko, facet, wyluzuj. Rozumiem, że teraz się będziemy bić po stanowiskach?* 42. rozm. 6. *Przecież wasze przedsiębiorstwo idzie pełną parą, macie mnóstwo kaszy*).

<sup>35</sup>O samej grzeczności językowej wyczerpująco pisze Małgorzata Marcjanik w monografii *Grzeczność w komunikacji językowej*, Warszawa 2007. Etykieta językowa nie zawsze bywa jednak w negocjacjach przestrzegana, zwłaszcza jeśli jeden z przeciwników wybierze strategię dominacji i zdecyduje się na stosowanie taktyki wojny psychologicznej, która polega na obrażaniu przeciwnika.

Główny nurt funkcjonalny rozmowy negocjacyjnej wytycza zatem oficjalność, lecz zdarza się, że ustępuje ona miejsca potoczności – wszystko zależy od właściwości uczestników dialogu (wykształcenia, pozycji społecznej, kompetencji językowej) lub stopnia zażyłości osiągniętej w trakcie negocjacji. Jednocześnie dość często możemy jednak obserwować zjawisko podnoszenia rejestru stylistycznego wypowiedzi – niekiedy negocjujący, jakby pod przymusem oficjalności, starają się używać terminów naukowych czy wyrazów zapożyczonych (*dyskurs*, *paradygmat*), co w zestawieniu ze słownictwem neutralnym może przynosić skutek przeciwny do spodziewanego, a nawet prowadzić do niezrozumienia (43. rozm. 6. *Chcielibyśmy w naszych negocjacjach, właściwie na samym starcie zmieniliśmy paradygmat myślenia o tych negocjacjach, żeby nie rozmawiać o pieniądzach, a o dobrym imieniu zarówno jednej, jak i drugiej spółki handlowej*. 44. rozm. 14. *I wchodzimy w dyskurs, który ma konkretne ramy, dlatego trzeba się dostosować*).

Kolejnym wyznacznikiem stylistycznym rozmowy negocjacyjnej jako gatunku mowy jest **fachowość**. W warstwie leksykalnej rozmowy negocjacyjnej oprócz słownictwa neutralnego, współnoodmianowego<sup>36</sup>, czyli spotykanego w każdym rodzaju tekstów, bez względu na przynależność funkcjonalną, często używa się słownictwa specjalistycznego, zanurzonego w dziedzinę, której dotyczą rozmowy (45. rozm. 6. *Tak. Prosimy o wyłączenie naszych produktów, co jest logiczne przy szacunku do takiego giganta jak Wy, że macie różne produkty. Jedyne, czego oczekujemy, to to, że docenicie jedynostkowość naszego produktu jak Cocomilk Malibu, który jest jedynym w Polsce mlecznym drinkiem alkoholowym. W złym biznesowym tonie byłoby, gdyby sprzedawany był pod inną marką*. 46. rozm. 6. *No, ale tego nie kwestionujemy, tylko że jeżeli coś było nie tak, już nawet po wykonanej pracy, nadal przysługuje nam zabezpieczenie trwałości kompleksu z tytułu gwarancji o rękojmi na okres dziesięciu lat*).

Uczestnicy rozmów stosują także słownictwo zawodowe z dziedziny samych negocjacji, wplatając w treść dialogu przynależne do nich terminy (47. rozm. 13. *Moje stanowisko jest poparte faktami i żaden wasz argument tego nie zmieni, tak jest*. 48. rozm. 13. *I zaraz będziemy tu mieli inpas, już to czuje, jak czegoś nie wymyślimy*. 49. rozm. 17. *Dobrze, rozumiem, ale chciałabym teraz wrócić do kwestii remontu*. 50. rozm. 8. *Osoba A: No, dobrze, rozumiem, oczywiście, rozważę. Ale co może mi możesz zaofiarować w zamian? Coś muszę dostać. Osoba B: [...] Rozumiem, że teraz się będziemy bić po stanowiskach?*).

<sup>36</sup> Składają się na nie wyrazy, które nie należą do leksyki nacechowanej ekspresywnie ani do słownictwa specjalnego (naukowego, zawodowego, środowiskowego) czy erudycyjnego, np.: *niebo, spotykać się, chleb, gwiazdy, ziemia, chodzić, szybki*. Zob. A. Markowski, *leksyka wspólna różnym odmianom polszczyzny*, t. 1, Wrocław 1992, s. 10.

Jako typową cechę stylu rozmowy negocjacyjnej należy jednak wskazać przede wszystkim **perswazyjność**<sup>37</sup>, którą rozumiem jako świadome i jawne działanie komunikacyjne obliczone przez nadawcę na wywarcie wpływu na odbiorcę i przekonanie go do swojego zdania. O tym, co odróżnia perswazję od manipulacji<sup>38</sup> (ta ostatnia jest powszechnie uznawana za zachowanie nieetyczne<sup>39</sup>), decyduje manifestowana świadomość intencji. Sama perswazja nie jest cechą kanoniczną rozmowy negocjacyjnej (perswazyjność przejawia się przecież i w innych gatunkach mowy), staje się taką razem z oficjalnością i fachowością, które połączone w jedno służą najlepszemu sposobowi przedstawienia propozycji przeciwnikowi-odbiorcy tak, aby ten uznał ją za rozwiązanie najskuteczniejsze.

Za najpowszechniej stosowane zachowanie perswazyjne w rozmowie negocjacyjnej we wskazanym kontekście uznaję argumentowanie<sup>40</sup>, bez względu na to, czy argumenty zostały przez przeciwnika-odbiorcę uznane i przyjęte, czy też zanegowane i odrzucone za pomocą kontrpropozycji. Argumenty jako akty informacyjne mają postać twierdzeń (51. rozm. 6. [...] *Cocomilk Malibu, który jest jedynym w Polsce mlecznym drinkiem alkoholowym*. 52. rozm. 6. *Jest to drink o uznanej renomie*) lub pytań (53. rozm. 6. *Czy wiecie, że nikt nie opracował na rynku lepszego składu?*). Argument bywa obalany za pomocą zaprzeczeń (56. rozm. 11. *Co pan mi tu opowiada, to nieprawda, że...*), pytań stanowiących akty informacyjno-weryfikujące (54. rozm. 6. *Ale czemu uważa pan, że inni go nie produkują?*), ale również za pomocą aktów wyrażania pewności (55. rozm. 6. *Właśnie, że jestem pewna, że inna firma też wypuściła coś takiego*) lub aktów emotywnych (57. rozm. 16. *Chyba pan żartuje!*).

W zgromadzonym materiale perswazja przejawiała się również w aktach chwalenia się (58. rozm. 2. *Nasza firma, jak wiadomo, jest jedyną tak dobrze prosperującą firmą w całej Polsce*), w udzielaniu rad (59. rozm. 2. *Na pana miejscu pomyślałabym, żeby być bardziej skromnym. Pomyślałabym o innym, kreatywnym rozwiązaniu, bo takie sztywne trzymanie się swojego nic nie przyniesie*), prośbach (60. rozm. 16. *To najlepszy menager. On tu był od zawsze, dlatego bardzo proszę, żeby mógł zostać, żeby dalej robił to, co ko-*

<sup>37</sup> Mirosław Korolko definiuje perswazję następująco: „Perswazja jest [...] metodą oddziaływania, która polega na skłanianiu ludzi do zaakceptowania naszych poglądów i celów na podstawie przekonywania, pozyskiwania ich zainteresowania, zrozumienia i aprobaty naszych zamiarów i racji”. Zob. M. Korolko, *Sztuka retoryki*, Warszawa 1990, s. 28.

<sup>38</sup> Na temat perswazji i manipulacji zob. J. Warchała, *Horyzonty manipulacji: perswazja, manipulacja, interpretacja*, [w:] *Manipulacja w języku*, red. P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004, s. 41–60.

<sup>39</sup> Zob. J. Puzynina, *Język wartości*, Warszawa 1992.

<sup>40</sup> Przedstawioną koncepcję potwierdzają słowa Mirosława Korolki, który twierdzi, że „argumentowanie jest pierwszym i zarazem podstawowym celem perswazji”. Zob. M. Korolko, *Sztuka retoryki...*, s. 89.

cha), groźbach (61. rozm. 11. *Jeśli nie zgodzą się na takie rozwiązanie, ja się wycofam*), obietnicach (62. rozm. 6. *W zamian możemy się zastanowić nad promocją, zejdziemy z ceny na pewno*), pytaniach (63. rozm. 17. *Czy dobrze rozumiem, że pan myśli, żeby zrobić remont tylko wewnątrz?*) oraz komplementach (64. rozm. 1. *Pani, widzę, szybko myśli, muszę to sobie w spokoju policzyć, przeanalizować*).

## Podsumowanie

Choć negocjacje to niezwykle obszerna i zróżnicowana dziedzina, spróbuję podsumować moje rozważania nad rozmową negocjacyjną jako gatunkiem mowy.

Rozmowę negocjacyjną definiuję jako komunikowanie się werbalne (w przypadku rozmów bezpośrednich również niewerbalne) skonfliktowanych i zależnych od siebie nadawcy i odbiorcy (bądź nadawców i odbiorców) najczęściej w celu osiągnięcia porozumienia, choć rozmówcy każdorazowo wyznaczają swój cel i obierają właściwą strategię (w przypadku strategii dominacji celem będzie narzucenie swojego stanowiska, strategia odwlekania wiąże się z kolei z zyskaniem na czasie). Komunikacja w rozmowie negocjacyjnej przebiega głównie wzdłuż osi propozycja – kontrpropozycja za pomocą kanału ustnego, bezpośredniego lub pośredniego (rozmowa telefoniczna). Rozmowy negocjacyjne są realizowane również poprzez kanał pisemny.

Na podstawie analizy zgromadzonego materiału badawczego wyodrębniłam typowe komponenty rozmowy negocjacyjnej i dokonałam opisu wzorca kanonicznego wspomnianego gatunku, na który składają się: **budowa** (tworzą ją przygotowanie i następujące po sobie fazy: otwarcie, oferowanie składające się z występujących naprzemiennie sekwencji propozycja – kontrpropozycja oraz zamknięcie; impas jest tu potencjalnym „nadskładnikiem”), **uczestnicy** (modelowy przeciwnik-nadawca i modelowy przeciwnik-odbiorca, którzy pozostają ze sobą w konflikcie i zmierzają do szeroko rozumianego porozumienia lub celu zgodnego z zastosowaną strategią), **tematyka** (determinowana przez konflikt strukturalny i konflikty: wartości, relacji, interesów, danych; skoncentrowana wokół tematu „ja” i „propozycja”) oraz **stylistyka** (wyróżnikiem jest współwystępowanie perswazyjności, fachowości i oficjalności dopuszczającej pewną dozę półoficjalności).

### **Negotiation Talk as a Speech Genre**

The article is a description of the genological determinants of negotiation talk as a genre of speech. At the beginning, the author organizes important notions: the genre of speech (referring to Mikhail Bakhtin), the genre pattern and the negotiations themselves (where she presents a few proposals for definition, and at the end presents her definition of a negotiation conversation). Marta Dargiewicz considers the negotiation talk to be a secondary genre of speech originating from primary genre: the conversation. In the further part of the work, the author refers to Maria Wojtak's concept – where analyses and describes material, taking into account the following aspects: structural (division of text into segments and relations between them), pragmatic (sender, recipient, purpose of the message, context and circumstances of the functioning of the genre), cognitive (subject matter and manner of presenting it; perspective, point of view, values) and stylistic (stylistic features conditioned structurally).

**Keywords:** negotiations, speech genre, talk, persuasion

**Słowa kluczowe:** negocjacje, gatunek mowy, rozmowa, perswazja