

РОЛЬ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

З.С.Григорян

Человеческий язык – необычайно многогранное явление. Чтобы понять истинную сущность языка, его необходимо рассмотреть в разных аспектах, рассмотреть, как он устроен, в каком соотношении находятся элементы его системы, каким влиянием он подвергается со стороны внешней среды, в силу каких причин совершаются изменения языка в процессе его исторического развития, какие конкретные формы существования и функции имеет язык в человеческом обществе. Вместе с тем необходимо предварительно выяснить, прежде чем говорить об отдельных частностях, какое свойство языка определяет его главную сущность. Таким свойством языка является его функция быть средством общения. Любой язык мира выступает как средство общения людей, говорящих на данном языке. Роль коммуникативной функции в процессе создания языка огромна. Можно без преувеличения сказать, что система материальных средств языка, начиная от фонемы и ее конкретных реальных манифестаций и кончая сложными синтаксическими конструкциями, возникла и сформировалась в процессе употребления языка как средства общения. [1-гл.1-С.-9].

Процессы взаимодействия языка и общества взаимообусловлены, ибо язык показывает состояние общества на данной стадии его развития, но сам как отражение деятельности людей активно влияет на происходящие общественные процессы. Именно язык в первую очередь отображает новые знания о мире, включает в свою структуру новые знаковые элементы, свидетельствующие обо всех изменениях, происходящих в этом мире, и поэтому заставляет нас по-новому смотреть на этот мир, по-другому его ощущать, помогает воспринимать его таким, каков он есть. Общественные трансформации как в зеркале отражаются в языке. Но стоит сказать и об обратном активном влиянии самого человека как речепроизводителя на общественные процессы, так как активная мыслеречевая деятельность способствует изменению и преобразению мира.

Современный этап развития общества связан с коренными преобразованиями экономики и развитием торгово-рыночных отношений, как в пределах страны, так и за рубежом. В условиях постоянно расширяющихся международных деловых контактов особую значимость приобретает изучение текстов деловой документации и корреспонденции. Деловая лексика относится к деловому (официально-документальному) стилю, который в свою очередь является одним из подвидов функционального стиля – стиля речи, который предназначен обслуживать ту или иную сферу деятельности человека, реализовывать коммуникативную функцию языка (научную, правовую, публичную, эстетическую и др.). Деловому общению свойственны официальный характер, краткость, стремление к максимальной эффективности и целесообразности.

Во все времена деловое общение было одним из важнейших составляющих любого бизнеса, главным средством взаимодействия одних его субъектов на других. Деловое общение предполагает процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели. В связи с протекающими в последнее время процессами, такими как технический прогресс, увеличение количества контактов между деловыми партнерами, нарастающая потребность нахождения новых рынков сбыта продукции деловая лексика в последнее время все больше расширяется и завоевывает новые сферы в деловом мире. Бизнес развивается стремительными темпами. В связи с этим за последнее время резко увеличилась потребность в переводах различных текстов и документов, сопровождающих международные внешнеэкономические отношения, бизнес-процессы на предприятии: коммерческие предложения, деловая переписка, тексты Web-сайтов и др., специализированных текстов по экономике и финансам, таких как бухгалтерские балансы, аудиторские заключения, маркетинговые исследования и пр. документов. Деловая лексика

охватывает все аспекты делового общения – от строгого языка формальных встреч до непринужденного внутрикорпоративного общения, деловую переписку и телефонные контакты, канеры поведения во время деловых встреч и на рабочем месте. Между тем такая речь имеет свою лексико-грамматическую и стилистическую специфику, которая проявляется в том, что ее сугубо деловой и конкретный характер препятствует проникновению грамматико-стилистических средств художественной литературы, зато влияние разговорно-бытового и официального делового стилей проявляется здесь наиболее ярко.[2-С.-6]. Все эти факторы заставляют составителей деловых документов придерживаться определенных традиций их оформления. Однако мы живем в эпоху нового информационного общества, и этот факт заставляет нас по-новому смотреть на деятельность человека общающегося.

В условиях перехода к рыночной экономике значительная часть населения все более активно вовлекается в экономическую деятельность. Появилось много людей, основной профессией которых стало предпринимательство, позволяющее развить свои творческие способности и деловые качества. Однако эти способности и качества, как показывает практика современного бизнеса, дают наибольшую отдачу лишь при умении вести деловой разговор – одним из наиболее важных условий коммерческого успеха. Современному человеку очень важно уметь строить свое устное высказывание, понимать и адекватно реагировать на чужую речь, убедительно отстаивать собственную позицию, соблюдая речевые и этико-психологические правила поведения. В процессе профессиональной деятельности представители этих специальностей пользуются устной речью для того, чтобы планировать работу, согласовывать усилия, проверять и оценивать результаты; для усвоения, приобретения и передачи информации; наконец, для воздействия – влияния на взгляды и убеждения, поступки других, чтобы изменить отношение к определенным фактам и явлениям действительности. Деловому человеку необходимы такие способности, как эффективно слушать, точно воспринимать однократно звучащую речь. Недостаточная речевая культура заметно снижает рейтинг, может пагубно сказаться на карьере. Именно правильно проведенные деловые переговоры, грамотно оформленное соглашение или умелое обоснование того или иного высказывания в конечном итоге определяют успешность предпринимательской деятельности. Чем выше культура устной речи у предпринимателей, тем выше их деловой потенциал и больше возможности максимально реализовать свои планы. Деловая корреспонденция становится всеобъемлющей отраслью деловой коммуникации. Любой текст, представляя собой единство содержания и формы, может быть описан как двусторонняя структура, состоящая из уровня информации содержания (смысла) и из уровня формы (пространства, композиции/архитектоники).

Деловая коммуникация играет в период нынешних экономических преобразований важную роль. Несмотря на определенную степень изученности вопроса, продолжает оставаться актуальной необходимость лингвистического осмысления текстов коммерческой корреспонденции, прежде всего в силу их многообразия, а также по причине их специфического характера. Кроме того, установившиеся нормы в оформлении деловых документов обусловлены рядом экстралингвистических факторов, таких как наличие обратной связи партнеров по коммуникации и другими прагматическими условиями коммуникации.

В связи с расширением общественных международных контактов, интернационализацией экономической активности, унификации систем делопроизводства, а также созданием новых видов связи: Fax, E-mail, Internet и появлением электронных документов, значительно возрос объем деловой речи, и возникли качественно новые формы деловой коммуникации. Это выражается в увеличении удельного веса деловой прозы, обновлении и дифференциации палитры ее речевых жанров, а также в усложнении коммуникативных и собственно языковых задач, стоящих перед людьми, осуществляющими деловую коммуникацию-деловыми коммуникантами. Стремительное развитие глобальной компьютерной сети Интернет и освоение людьми ее возможностей оказывают влияние на самые разные области жизни и деятельности человека. Это приводит, в том числе, к возникновению новых видов общественных отношений и организационных структур. Создаются научно-исследовательские центры, все большую популярность завоевывают эксперты и консультанты в области межкультурной коммуникации – все это благодаря глобализации.

Официально-деловой стиль занял особое положение среди других письменных стилей благодаря тому, что сферой его обслуживания стали важнейшие стороны государственной

жизни, включающие внешние отношения, торговлю и закрепление частной собственности. Необходимость письменного закрепления всевозможных договоров, актов, оформление различных положений и т.п. начала формировать своеобразный язык, который сохраняет те прежние основные отличительные черты с учетом изменений, превнесенных временем и жизненным укладом. Официально-деловой стиль, как и в целом язык, претерпевает существенные изменения с процессом стандартизации и компьютеризации делопроизводства. Деловое письмо теснейшим образом связано с развитием и устройством государственной системы. Вследствие этого со временем оно приобретает новые формы.

В зависимости от характера общения личностей, между которыми возникла социальная связь, социальные контакты могут быть непосредственными (прямыми) и опосредованными. При непосредственном контакте наличие собеседника позволяет использовать мимику, жесты, интонацию и другую технику общения, что существенно отличает устную деловую речь от ее письменной формы, в то время как при опосредованном общении происходит через различные средства коммуникации (письмо, радио, телевидение, телефонный звонок, факсимильное сообщение, электронная почта и др.). Непосредственное общение исключает возможность предварительного обдумывания, а потому деловой разговор полон непринужденных форм общения, а также некоторых грамматических и стилистических особенностей. Так, для этой разновидности деловой речи характерен определенный отход от обычных морфологических норм общелитературного языка, которые в деловом общении нередко рассматриваются как излишество, не позволяющее точно и кратко передать смысл высказывания. Уже стало нормой употребление в деловой речи единственного числа в значении множественного тех существительных, которые имеют собирательное значение, стало обычным употребление во множественном числе тех существительных, которые в общелитературном языке имеют форму только единственного числа (табаки, масла, стали, битумы, бумаги, ремонты и др.), а в русском языке также «усечение» окончания в родительном падеже ряда имен существительных мужского рода:

«Сила тока в цепи не превышает 12 ампер» (вместо амперов). [3-С.-7].

Или: *«Толщина пластин прибора не превышает 7 микрон» (вместо микронов). [Там же: С.-7].*

В то время как в немецком языке в родительном падеже ряда имен существительных мужского рода подобного явления не наблюдается:

Das vermutlich kleinste Fußballfeld der Welt hat passend zur kommenden Weltmeisterschaft Andreas Westphalen, Doktorand am Lehrstuhl für Experimentalphysik (Prof. Dr. Hartmut Zabel) hergestellt: Statt 100 x 70 Meter misst es nur 10 x 7 Mikrometer, d.h. es ist um einen Faktor von 16 Millionen verkleinert und nur unter dem Elektronenmikroskop sichtbar. [4].

В зависимости от сферы деятельности деловые партнеры прибегают к устной или письменной коммуникации, поскольку деловые отношения предполагают различные коммуникативные акты в отношениях между адресантом (отправителем) и адресатом (получателем) письма, обратную связь (reverse), поскольку без обратной связи не может существовать не один акт делового общения. В процессе переписки коммуниканты отбирают и организуют необходимые языковые средства для успешной деловой коммуникации. Текст делового письма можно считать составленным в официально-деловом ключе и представляющим собой коммуникативную единицу со смысловой замкнутостью и законченностью. Деловая коммуникация осуществляется в определенных социокультурных условиях, которые детерминируют положение коммуникантов в социуме и в обществе. А от этого, в свою очередь, зависит и тип делового письма, т.е. тип коммуникации. Так, замечено, чем выше положение партнера по бизнесу, тем уверенней, динамичнее и короче его текст.

Язык делового общения отражает статику мысли и сконцентрирован на структуре высказывания для ее оформления с помощью стандартизированных средств, клише, штампов, идиом, метафор, фатических формулировок и нестандартных конструкций, при этом избегая неконгруэнтности. Преимущество клишированных языковых средств в том, что они узнаются и понимаются мгновенно, хотя при этом сужают сферу возможного употребления слов, практически ограничивая ее шаблонными выражениями, в которых нет динамики чувства-мысли. Стремление к экспрессии порой приводит к противоположному результату – к созданию штампа, одному из воплощений стандарта. Штамп представляет собой изначально образное, но в силу

своего постоянного употребления утратившее свою экспрессию выражения. Наиболее яркий пример штампа – это не так давно часто встречавшиеся на страницах газет метафоры и перифразы (описательные обороты, заменяющие прямые наименования), паподобие:

Die Erlanger Sandkastenspiele haben indes einen revolutionären Hintergrund: Mit Hilfe des Induktionseffekts wollen die Siemens-Forscher ölhaltige Sande in Kanada aufheizen und dadurch dem zähflüssigen Schlamm sein schwarzes Gold /anstatt Erdöl/ abtrotzen – viel umweltfreundlicher und effektiver als mit herkömmlichen Methoden. [5-С.16].

Таким образом можно отметить, что штамп – это “окаменелая фразеология”, в которой неправомерно продолжают “усматривать стилистическое назначение воздействия” [6.-С.158]. Штампы не следует смешивать с клише – “положительными конструктивными единицами”/Н.И.Кохтев/ [7]. Средства речевой выразительности, которые представляют собой не претендующие на образность и экспрессивность обороты, служащие для экономии мыслительных усилий, упрощения операций по созданию и восприятию текста, без которых, как отмечал швейцарский лингвист Ш. Балли, нельзя было бы писать “быстро и правильно” (Там же.). Тенденция к стандартизации деловой корреспонденции наиболее четко проявила себя в выработке системы устойчивых предложений, выражающих к примеру:

- констатации (чрезвычайно важных) фактов:

Durch einen Schaden im Betrieb sind zwischenzeitlich erhebliche Kosten auf uns gekommen, mit denen wir nicht rechnen könnten. [8-С.234]

- запущенное, угрожающее положение:

Da sich die Zahlungseingang zur Zeit sehr verlangsamt hat, haben wir einen gewissen Liquiditätsengpass. [Там же:-С.236].

- просьбу, требование, инструкцию, распоряжение:

Bitte schicken Sie mir eine Empfangsbestätigung und Gutschrift. [Там же:-С.230].

- гарантии:

Unbedingte Verschwiegenheit sichern wir Ihnen zu. [Там же:-С.241].

Они создают соответствующую стилистическую окраску, совершенно не свойственную устной, особенно диалогической, речи.

Устная речь имеет свой арсенал устойчивых выражений и прецедентных текстов, которые ассоциируются с устностью, разговорностью: *kurz gesagt, mit einem Wort, mit dem Gelde knapp auskommen, dem Selbstlauf überlassen* и т. д..

Обмен деловой корреспонденцией предполагает краткую или длительную деловую переписку в рамках юридических норм. Любая коммерческая деятельность стремится к максимальному обмену продукцией между производителем и потребителем. Но не только это важно в межпартнерских отношениях. Возможности современного информационного контакта ускоряют и увеличивают объем предлагаемой продукции. Партнеры прибегают к обмену деловой корреспонденцией, публикуют красочные каталоги, рекламные брошюры и проспекты. Исчезла рукописная корреспонденция, на смену громоздким предложениям, сложным грамматическим конструкциям, стереотипам и малозначимым фразам пришел новый стиль делового письма, в котором отражены своеобразные коммуникативные межпартнерские отношения. Они формируют акт письменной деловой коммуникации, главным показателем которого становятся краткость, точность и конкретность изложения.

Возросшая мобильность многих людей привела к тому, что компаниям стали необходимы сотрудники, которые могли бы эффективно функционировать на международной арене и за пределами родной страны. Задача любого представителя компании за рубежом и любой компании, принимающей делового партнера в своей стране, состоит не только в том, чтобы соответствовать культуре и манере ведения бизнеса потенциального или реального зарубежного партнера, но и в том, чтобы адекватно представить свою культуру, вызвать к ней интерес и уважение.

Опыт показывает, что в мире бизнеса в более выгодном и доминантном положении находится тот, кто владеет навыками культурного и языкового взаимодействия, а также руководствуется принципами этического уважения. При деловом общении люди повсеместно сталкиваются с проблемами межкультурного общения. Эффективное межкультурное общение заключается не только в умении индивидуума быть хорошим слушателем, но и в его способности понимать и уважать партнера-носителя другой культуры. В наше время тема межкультурной

коммуникации широко освещается в многочисленных монографиях, посвященных культуре ведения бизнеса в таких странах как Япония, США и др. Исследователи сходятся в одном: навыки общения, знания о культуре партнера и умение преодолевать культурные стереотипы, а также взаимное уважение и желание сотрудничества приведут к эффективному и взаимовыгодному экономическому взаимодействию между странами-партнерами.

Следует отметить, что в целом стратегия деловой коммуникации четко ориентирована на повышение эффективности контакта. Вступая в контакт, субъект преследует определенную цель: воздействовать на сознание своего партнера по коммуникации.

Актуальность представляется в возрастании роли деловой коммуникации на современном этапе развития общества. Деловая коммуникация и корреспонденция как одна из ее форм обеспечивают разнообразие области человеческой деятельности и составляют основу существования таких сфер, как: дипломатия, коммерция, международное экономическое, научное и культурное сотрудничество, успешная деятельность в которых во многом зависит от правильного выбора нужной лексики и от степени владения навыками обращения в деловом мире.

Ամփոփում

Ազգվի հաղորդակցության միջոց լինելը նրա կարևոր գործառույթներից մեկն է Գլոբալիզացիան, գիտատեխնիկական առաջընթացը և նոր վաճառահանման շուկաների որոնման պահանջարկը նախատում են գործարար հաղորդակցության զարգացմանը: Գործարար հաղորդակցությունը կիրք էն հանդիսանում գիվանագիտության, առևտրի, միջազգային տնտեսական, գիտական և մշակութային համագործակցության համար, որտեղ հաջողակ գործունեությունը մասամբ պայմանավորված է պահանջվող բառապաշարի ճիշտ ընտրությամբ և հաճախ կայսված է հաղորդակցության հմտություններին տիրապետելու աստիճանից:

Լիտերատուրա

1. Сребренников Б.А., Общее языкознание. Формы существования, функции, история языка. М.: «Наука», 1970, 597с.
2. Разинкина Н.М., Функциональная стилистика, М., 1989, 271с.
3. Кузин Ф.А., Культура делового общения. «Ось-89», 2002, 320с.
4. <http://www.idw-online.de/pages/de/news158584>.
5. Siemens AG., Pictures of the Future. Die Zeitschrift für Forschung und Innovation.- Herbst 2008, 115с.
6. Винокур Г.О., Культура языка, М., 2006, 256с.
7. Граудина Л.К., Ширяев Е.Н., Культура русской речи., тл.6.,СМЯ и культура речи, 37. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Gray/35.php.
8. Сущинский И. И., Деловая корреспонденция. М., ЭКСМО, изд., 2007, 315с.