



Способность к деловому общению - необходимый элемент профессиональной компетенции специалистов внешней торговли

С.В. Аверьянова

(Всероссийская академия внешней торговли)

Изменение социального контекста общения в современных условиях модифицировало понятие «деловое общение». Ранее этот феномен соотносился преимущественно с областью законодательства, коммерческой деятельностью и официальными ситуациями протокольного характера. В настоящий период деловое общение рассматривается как акт социального взаимодействия между коммуникантами в процессе профессионального общения.

Исходя из данного положения, мы будем трактовать понятие «деловое или профессионально-ориентированное общение» как процесс взаимосвязи и взаимодействия, при котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели.

Современный социальный контекст общения, характеризующийся как процесс межкультурной и межнациональной коммуникации, выдвинул новые цели обучения, основанные на объективных потребностях общества и отдельных его представителей в определенный исторический период. На данном этапе при обучении иностранным языкам приоритет отдается обучению межкультурному общению, где речь идет не только о передаче и получении знаний о конкретных языковых нормах и правилах, но, прежде всего, об овладении различного рода компетенциями, рассматриваемыми как «сумма знаний, умений и характеристик, которые позволяют человеку осуществлять действие»¹.

Рассмотрим деловое общение как один из ключевых компонентов системы профессио-

нально-ориентированного обучения, знание и владение нормами которого обеспечит будущим специалистам в области внешней торговли успешное деловое общение с зарубежными партнерами.

Деловое общение характеризуется:

- интенциональностью, т.е. наличием специфической цели, самостоятельной или подчиненной другим целям; наличием специфического мотива;
- результативностью, т.е. мерой совпадения достигнутого результата с намеченной целью;
- нормативностью, которая выражается, прежде всего, в обязательном социальном контроле над осуществлением и результатом акта общения².

Выделяются следующие функции делового общения:

- мотивационное взаимодействие между субъектами деятельности как одного и того же, так и совершенно разных рангов (начальник и подчиненный, индивид и коллектив);
- координационное взаимодействие, т.е. согласование усилий нескольких индивидов или коллектива;
- когнитивное взаимодействие субъектов, т.е. совместное обсуждение видов деятельности, ведущих к достижению стоящих перед коллективом целей.

Деловому общению рекомендуется обучать в определенной последовательности, которая, в свою очередь, соответствует основным коммуникативным потребностям личности:



- контактоустановочным;
- информационным;
- воздействием.

Обучение деловому общению включает два аспекта:

1) обучение языку взаимодействия, способствующему адекватной ориентации в замыслах общающихся и реализации фактической потребности коммуникантов;

2) профессионально ориентированное обучение, способствующее накоплению знаний по социокультурному и психологическому аспектам общения, а также формированию понятийного аппарата делового общения.

Результаты различных исследований, произведенными зарубежными учеными, показали, что успех предпринимателя при ведении делового общения только на 15% зависит от его профессиональных знаний и на 85% - от его умения общаться с людьми. Следовательно, у вступающего в деловое общение на иностранном языке (ИЯ) предполагается наличие умений преодолевать социолингвистические трудности, поскольку при продуцировании высказывания могут быть сделаны ошибки, являющиеся следствием межъязыковой интерференции как на лингвистическом, так и на социокультурном уровне, что может нарушить, либо совсем прервать коммуникацию.

Данное положение вещей свидетельствует о том, что умения и навыки общения с носителями изучаемого языка должны формироваться у будущих экономистов-международников целенаправленно. Для организации успешного делового общения и достижения поставленных целей, будущие предприниматели должны научиться, а преподаватель ИЯ должен их научить, строить свои высказывания, опираясь на знания определенных психологических и социокультурных особенностей, учитывая конкретную ситуацию общения, время, место и обстоятельства, сопровождающие общение, статус/социальное положение партнеров по речевому общению и т.д.. Другими словами, осуществление успешного делового иноязычного общения тесно связано с наличием у коммуникантов межкультурной коммуникативной компетенции, что позволяет создавать паритетные отношения в целях успешного делового взаимодействия между носителями разных языков – представителями инокультур.

Современные российские исследователи выделяют лингвистическую, социокультурную и прагматическую компетенции, овладение которыми имеет конечную цель обучения – формирование межкультурной коммуникативной компетенции у студентов неязыковых вузов, будущих экономистов-международников, для осуществления успешной межкультурной профессиональной коммуникации. Следовательно, деловое общение должно стать одним из ключевых компонентов системы профессионально-ориентированного обучения, знание и владение нормами которого обеспечит будущим специалистам в области внешней торговли успешное сотрудничество с зарубежными партнерами.

Взаимоотношения между западными предпринимателями базируются на следующих принципах: преуспевание + профессионализм + порядочность. За рубежом очень ценят проверенных годами партнеров, новичков тщательно изучают и никогда не ведут дела с теми, кто пренебрегает вышеназванными положениями. Совместная деловая деятельность прекращается, как только обнаруживается некомпетентность или непорядочность партнеров, так как основным постулатом этики каждой уважающей себя компании является принцип: «Прибыль превыше всего, но честь превыше прибыли» («Дженерал Моторс»).

Изучение деятельности различных компаний показало, что на приобретение хорошей репутации могут уйти годы, но утратить ее можно мгновенно. В ряде случаев это происходит из-за незначительных, на первый взгляд, обстоятельств: некорректный ответ на телефонный звонок или письмо, не вовремя отправленная или неправильно составленная информация и т.д.. Следовательно, как уже отмечалось выше, для осуществления успешной деловой коммуникации очень важно владение социокультурной компетенцией, основы которой должны быть заложены на занятиях ИЯ при обучении деловому общению будущих специалистов в области внешнеэкономической деятельности.

По мнению многих современных исследователей для успешного делового общения необходимо обязательное знание и соблюдение норм этики делового общения. Под этикой делового общения понимается совокупность норм поведения предпринимателя и требований,



предъявляемых культурным обществом к характеру общения с людьми, социальному облику делового человека. Деловая этика позволяет рассматривать и оценивать деловые отношения предпринимателей, а также их личное поведение с точки зрения соответствия общепринятым в деловом мире нормам поведения. основополагающими нормами деловых взаимоотношений являются:

- свобода: бизнесмен должен ценить свободу не только своих коммерческих действий, но и свободу действий своих конкурентов, что выражается в недопустимости вмешательства в их дела, ущемления, даже в мелочах, их интересов;

- терпимость: соблюдение предпринимателями данного принципа приводит к осознанию невозможности быстрого преодоления слабостей и искоренения недостатков партнера, клиентов, подчиненных и рождает взаимное доверие, понимание и откровенность, помогает избежать конфликтных ситуаций;

- деловая обязательность: практика показывает, что если одна из сторон нарушила условия договора, деловые контакты немедленно прерываются.

Эффективная деловая коммуникация обеспечивается также знанием и соблюдением целого комплекса правил и требований, составляющих основу делового этикета. В него входят:

- 1) правила представления и знакомства;
- 2) правила проведения деловых контактов;
- 3) правила поведения на переговорах;
- 4) требования к внешнему облику, манерам, деловой одежде;
- 5) требования к речи;
- 6) требования к культуре составления служебных документов и др.

Анализ многолетнего опыта преподавания английского языка во Всероссийской Академии Внешней торговли (ВАВТ) и других вузах России (МГЛУ, Алтайский технический университет и др.) убедительно показывает, что большие трудности при обучении иностранному языку вызывают такие ситуации делового общения, как установление личных контактов, проведение встреч и переговоров, написание деловых писем, беседы по телефону и т.д. Это объясняется тем, что обучающиеся не владе-

ют знаниями или не соблюдают правила успешного делового общения, перечисленными выше. Данное обстоятельство обязывает преподавателя ИЯ обратить особое внимание на обучение студентов правилам иноязычной деловой коммуникации, на развитие умений адекватно ориентироваться в замыслах партнера по межкультурной профессиональному общению и учитывать социальные и профессиональные ценности, которые важны для носителей другой культуры.

Согласно данным многих российских и зарубежных исследователей успешное деловое общение может быть обеспечено наличием определенных личных качеств коммуникантов. Данные ученые подчеркнули, что, частности, необходимо:

- быть уверенным в себе, иметь личные цели и ценности, владеть предметом коммуникации, быть информированным и компетентным;

- демонстрировать объективность в оценке информации и в способах ее сообщения, проявлять искренний интерес к предмету переговоров;

- корректно относиться к количеству и качеству информации, ее достоверности, быть последовательным и аргументированным;

- соблюдать постулат релевантности, т.е. говорить по существу обсуждаемого вопроса, соотносить информацию с ожиданиями партнера по деловой коммуникации;

- уважать личность в партнере по деловому общению, стремиться увидеть проблему его глазами, уважительно относиться к его суждениям и контраргументам;

- соблюдать языковую нормативность деловой речи, т.е. четко формулировать мысль, использовать принятые в деловом общении клише, избегать двусмысленных слов и невербальных сигналов, ведущих к недопониманию;

- подчиняться установленным правилам и ограничениям (протоколу, деловому этикету, культуре общения, позволяющим формировать у собеседника приятный имидж), поскольку деловая коммуникация регламентирована.

Владение искусством профессионального общения и наличие умений применять его психологические законы необходимы специалистам, работа которых предполагает постоянные деловые контакты, т.е. бизнесменам, менед-



жерам, специалистам, занятым в области внешней торговли и т.д. Психологическая грамотность, интеллектуальная и профессиональная культура способствуют профессиональному успеху, так как при прочих равных условиях люди легче принимают позицию того человека, к которому испытывают эмоционально-позитивное отношение и, наоборот, труднее принимают (и нередко отвергают) позицию того человека, к которому испытывают эмоционально-негативное отношение.

Существует категория людей, которые умеют располагать к себе партнеров по общению, завоевать их доверие, вызывать к себе чувство симпатии. Анализ деловой деятельности таких людей показывает, что в процессе профессионального общения они используют психологические приемы формирования позитивного отношения к себе, приемы, которые, как правило, скрыты от собеседника. Но если эти приемы существуют, значит, им можно обучить тех, кому это необходимо.

Психологами установлено, что в процессе взаимодействия людей от 60% до 80% коммуникативных актов осуществляется за счет невербальных средств общения и только 20-40% информации передается с помощью вербальных.

Безусловно, особый интерес представляет невербальное деловое общение, так как проявление невербальных средств общения обусловлено импульсами нашего подсознания, и отсутствие возможности подделать данные импульсы делает невербальное общение существенно более надежным, чем вербальное, так как при передаче заведомо ложного сообщения всегда можно почувствовать некоторую неестественность, внутреннюю противоречивость получаемой информации.

Как уже отмечалось, успех любого делового контакта в значительной мере зависит от умения устанавливать доверительные отношения с собеседником, поэтому в процессе делового общения особое внимание следует обращать на манеру говорить, голос, интонацию, позы, мимику и жесты партнера. Овладевая умением вести невербальное деловое общение, мы приобретаем знание экономичного и эффективного для ведения переговоров языка. Разговаривая с партнером, мы видим его мимику, жесты, дающие нам возможность понять, что

думает и чувствует наш собеседник в действительности. Так, сидящий собеседник, подавшись вперед, сообщает, что хочет говорить сам; отклонившись назад, показывает, что хочет слушать; выставленный вперед подбородок свидетельствует о волевом напоре, желании жестко отслеживать и отстаивать свои интересы и т.д.

Понимание языка мимики и жестов позволяет более точно определить позицию собеседника, осуществить обратную связь, которая играет существенную роль в целостном процессе делового взаимодействия, а совокупность жестов является важной составной частью такой связи. Знание законов невербального общения также позволяет предвидеть, какое впечатление произвело сообщение на другого участника переговоров еще до того, как он выскажется по данному поводу, поэтому для достижения положительных результатов во взаимоотношениях с партнерами, собеседниками или просто коллегами необходимо овладеть хотя бы азами ведения невербального общения. С помощью невербального общения нельзя никого ни в чем убедить и ничего доказать, а можно лишь расположить к себе собеседника, что, тем не менее, имеет огромное значение для повышения эффективности деловой коммуникации.

К настоящему моменту разработаны рекомендации, как правильно использовать невербальные средства общения, присущие определенной социальной и культурной среде, в которой осуществляется деловое общение, чтобы способствовать успешной межкультурной коммуникации в профессиональной сфере.

Для проведения успешного делового общения специалистам в области внешней торговли необходимо знание и эффективное владение приемами невербального общения, так как при их помощи:

- подтверждается, поясняется или опровергается передаваемая словесным путем информация;
- передается информация (осознанно или неосознанно);
- выражаются эмоции и чувства;
- регулируется ход разговора;
- проходит воздействие на партнера по деловому общению;



- восполняется недостаток слов.

Безусловно, успешное деловое общение сводится не только к знанию и применению приемов невербального общения. Эффективность коммуникации в огромной степени определяется личными качествами каждого коммуниканта и его представлениями о партнерах по общению и т.д., так как в данном случае люди являются исполнителями определенных социальных ролей, например, начальника и подчиненного, коллег по работе, партнеров по бизнесу и т.д. Правильное поведение при осуществлении делового общения является важнейшим фактором, определяющим шансы добиться успеха в бизнесе, служебной или предпринимательской деятельности.

Приведем пример: американцы весьма комфортно чувствуют себя в публичном пространстве, которое включает в себя самые различные роли - от начальника до родителя, пришедшего на родительское собрание. Эта свобода в передвижении в рамках общественного пространства в сочетании с положительным отношением к самому себе и твердым намерением продемонстрировать свой успех и благополучие всеми доступными средствами дают американцам огромные преимущества перед российскими предпринимателями на различных презентациях, в ходе деловых игр на обучающих семинарах и тренингах, а также при самом первом знакомстве. С приятной улыбкой американцы легко вступают в беседу (small talk), рассказывают о себе и своей работе, легко соглашаются играть различные роли, если того требуют условия делового общения.

В то же время наши соотечественники, столь радушные и гостеприимные в знакомой обстановке своего дома, узкого круга друзей или офиса своей компании, попав в пространство общественное, иногда чувствуют себя скованно и ждут окончания мероприятия. В связи с таким положением вещей совершенно очевидно, что важной частью любой учебной программы по иностранному языку для деловых людей является формирование и совершенствование умений вести общение (socializing), анализ и подробный разбор тем, уместных для обсуждения на официальных мероприятиях, а также изучение основ делового этикета, соблюдение норм которого необходимо во время различных приемов, так как во многих случаях именно умение проявить себя в общении подобного рода является обязательным условием приобретения полезных деловых связей.

Итак, на основании изложенного следует еще раз подчеркнуть тот факт, что овладение иностранным языком без знаний психологических особенностей делового общения не может быть полноценным. Представители иной культуры не должны быть для нас психологически чужими, иначе, даже говоря на одном и том же языке, мы никогда не сможем прийти к взаимопониманию.

Помимо знания психологических основ успешного делового общения, немаловажным условием эффективной профессиональной коммуникации является знание социокультурных и лингвистических особенностей делового общения, которые необходимо учитывать будущим специалистам-предпринимателям, и, которым, соответственно, должны уметь обучать преподаватели иностранного языка экономических вузов.

Как полагают теоретики в области межкультурного общения, культура есть совокупность достижений и проявлений творчества народа в области его духовной и материальной жизни и результате незнания, непонимания или неодобрения национальной культуры другого народа могут возникнуть серьезные осложнения в деловом общении.

Исследователи данного вопроса пришли к мнению, что целесообразно развивать восприятие картины мира у обучающихся на материале, создающем социокультурный фон и контекст иноязычного общения. При этом «необходимо уделять особое внимание отбору именно социально значимых, культурологически специфических «отдельностей», овладевая которыми обучаемый будет осваивать релевантные лингвокогнитивные характеристики представителя иной этнокультурной общности и уметь адекватно (вряд ли в полном объеме – в отсутствие соответствующей социокультурной сферы) интерпретировать его текстовую деятельность».³

Программа по иностранным языкам для вузов неязыковых специальностей, разработанная Учебно-методическим объединением по лингвистическому образованию в соответствии с новым социальным заказом, определяет обучение иностранному языку как средству межнационального и межкультурного общения при реализации коммуникативных и познавательных потребностей специалиста. Трактовка цели обучения указывает на новые тенденции в методике преподавания иностранных языков, свя-



занные с усилением значения прагматических аспектов, с необходимостью формирования “вторичной языковой личности”⁴ и развития способностей вступать в межкультурное общение с носителями иной культуры, так как приобщение будущих специалистов к профессиональным фрагментам иноязычной картины мира существенно ограничено отсутствием в их картине мира многих стереотипных ситуаций общения, дискурсивных стратегий, профессиональных концептов, свойственных культуре и социуму страны изучаемого языка.

Учитывая вышеперечисленные положения, становится понятно, что для осуществления эффективной межкультурной коммуникации предпринимателям необходимы знания социокультурных, лингвистических и психологических закономерностей делового общения, которые они должны получить на занятиях по иностранному языку, а в связи с возрастающими требованиями общества к уровню языковой подготовки экономистов-международников,

значительным ростом научно-технических, культурных и деловых связей с зарубежными партнерами особую актуальность в настоящее время приобретает вопрос о формировании у будущих специалистов в области внешней торговли умений общения на иностранном языке в профессиональной сфере деятельности.

Примечания:

¹ Modern Languages: Learning, Teaching, Assessment. A common European Framework of Reference. Draft 2 of a Framework proposal Council for Cultural cooperation. – Strasbourg, 1998

² Ягер Д. Деловой этикет: как выжить и преуспеть в мире бизнеса. - Москва, 1994

³ Халеева И.И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи (подготовка переводчиков): Автореф. дис. ...д-ра пед. наук. - М., 1990

⁴ Халеева И.И. Вторичная языковая личность как реципиент инофонного текста // Язык – система. Язык – текст. Язык – способность. М.: 1995.

Стивидорные работы

Стивидорные работы связаны с выполнением погрузочно-разгрузочных операций, укладкой грузов на судне – это совокупность организационных и технических мероприятий, обеспечивающих своевременную грузообработку судов в портах: проверка на судне до начала погрузки состояния грузовых помещений и перегрузочных средств, а до начала разгрузки - состояние и укладку груза; организация грузовых работ на судне в соответствии с грузовым планом и технологической схемой обработки судна; создание условий для высокопроизводительного труда портовых рабочих (докеров); обеспечение своевременной подачи к борту судна железнодорожных вагонов или автомобильного транспорта; доставка инвентаря и материалов для крепления груза на судне; обеспечение безопасности работ и сохранности груза при перегрузке.

Стивидорные работы могут выполнять специализированные фирмы или организации, осуществляющие и ряд других функций (агентирование, экспедирование груза, брокерство).

Стивидор – это специализированная организация или фирма, осуществляющая погрузку и выгрузку судов, а также представитель стивидорной организации, осуществляющий непосредственный контроль над выполнением работ по погрузке и разгрузке судов, который ведет учет стояночного времени судна, согласуя записи с капитаном. В зависимости от условий фрахтования судна стивидора нанимает фрахтователь или судовладелец, в последнем случае стоимость стивидорных работ включается во фрахтовую ставку.

Стивидорные расходы – это расходы, относящиеся к погрузке/выгрузке, укладке, обмеру, счету груза и т.п. К стивидорным расходам относится также причальный сбор.

К работам, оплачиваемым судовладельцем, если между фрахтователем (грузовладельцем) и судовладельцем не оговорено иное, обычно принято относить следующие операции: при погрузке грузов на судно - подача (подъем) груза с причала либо от поручней судна в трюм, расформирование его там с укладкой (штивкой) и сепарацией; при разгрузке судна - подъем груза в трюме судна, подъем и подача его до линии судовых поручней либо на причал. Все остальные операции по погрузке и выгрузке груза относятся к береговым работам и судном обычно не оплачиваются.

В зависимости от условий фрахтования стивидорные работы оплачиваются фрахтователем или судовладельцем.

Соб. инф.