



Деловой английский как неотъемлемая составляющая коммуникативной компетенции специалистов-международников

С.В. Аверьянова

Особый интерес к обучению деловой речи в российском обществе возник в конце 80-х – начале 90-х гг. XX века в связи с глобальными изменениями, происходящими как в социальной, так и в экономической жизни страны.

Отношения в экономической сфере становятся предметом повышенного интереса, что влечет за собой необходимость ответа на вопрос: «Что нужно знать и уметь, чтобы стать настоящим профессионалом своего дела; как достичь успеха в предпринимательской деятельности?» Следовательно, проблема формирования профессиональной коммуникативной компетенции у специалистов-международников особенно актуальна в настоящее время. Это и понятно: современным обществом востребованы, прежде всего, профессионалы своего дела, владеющие культурой делового общения на высоком уровне.

Анализ ситуаций общения подтвердил: для эффективного владения иностранным языком специалистам в области внешнеэкономической деятельности недостаточно знания только лингвистических аспектов языка, так как, при всей своей важности, языковая компетенция является только одной из составляющих коммуникативной компетенции.¹

Современная деловая речь, обеспечивающая коммуникацию в профессиональной деятельности специалистов, представлена несколькими видами, показанными на рисунке 1, каждый из которых отвечает специфическим потребностям общения в определенных ситуациях и имеет свои языковые особенности.

Процесс профессионального общения между партнерами, осуществляемого в сфере межкультурного сотрудничества, реализуется посредством организации прямых и опосредованных контактов, имеющих определенный речевой формат.

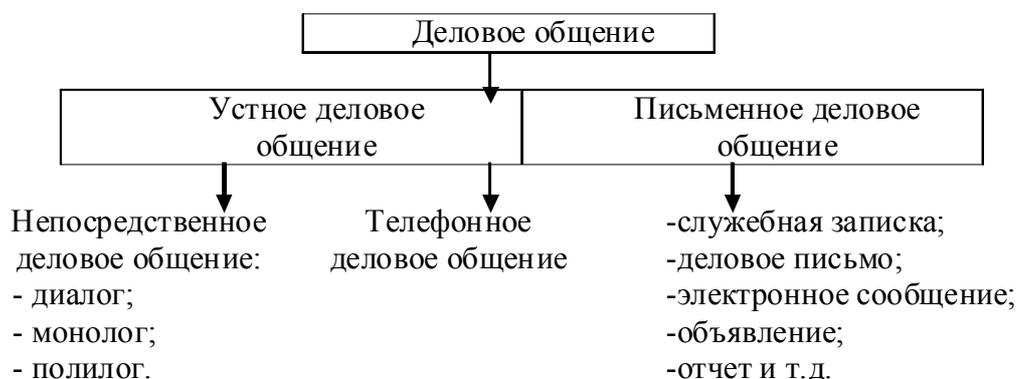
Схемы, стереотипные ситуации, формулы, диаграммы, слова-сигналы (ключевые слова), являющиеся способом представления знаний на лингвокогнитивном уровне, вербализуются в устных и письменных текстах профессиональной ориентации и реализуют информационную потребность коммуникантов.

В российской культуре делового общения предпочтение отдается устной форме общения, поскольку мы традиционно придаем большее значение информации, которая передается при непосредственном контакте; в западных компаниях важнейшей частью делового общения является письменная коммуникация.

Исходя из этого факта, обучение иностранному языку в экономических вузах должно ставить перед собой задачу научить будущих специалистов умениям читать, понимать и писать должностные записки, отчеты, запросы и т.д. В современном обществе роль письменного делового общения существенно возрастает с развитием мировой сети Интернет, которая позволяет в самые короткие сроки оперативно обмениваться информацией с партнерами, коллегами и клиентами за рубежом. Таким образом, можно сделать вывод, что в настоящий момент письменное деловое общение является исключительно важным, и, соответственно, будущие специалисты должны владеть им на высоком уровне.



Виды делового общения



Обсуждая или решая какой-либо вопрос при непосредственной встрече, можно повлиять на мнение собеседника, эффективно используя невербальные средства коммуникации и хорошее впечатление, которое мы стараемся произвести при прямом контакте (внешний вид, одежда, манера говорить, интонация и т.д.). Ни один из вышеперечисленных приемов не может быть использован при ведении деловой корреспонденции, следовательно, если мы не владеем элементарными клише, используемыми в письменной речи, и не знаем, как составить определенный документ, письменное деловое общение обречено на неудачу: контракт не будет подписан, заявления, докладные записки, отчеты не составлены, анкеты не заполнены, резюме не оформлены и т.д.

При обучении иностранному языку на современном этапе очень важно помнить, что выпускники экономических вузов, непосредственно работающие в сфере международного бизнеса, вынуждены вести деловую корреспонденцию практически ежедневно, и им придется осваивать совершенно новый вид деятельности самостоятельно, если к данному виду деятельности их не подготовит вуз.

Деловая письменная коммуникация отличается от устной специальными клише и оборотами, которые используются только в письменной речи, а также структурой предложения и способами соединения его частей.² Лексика, используемая в деловой корреспонденции, является более формальной, что придает письменному деловому общению официальный характер.

Например, при обучении студентов экономического вуза основам ведения деловой переписки, необходимо объяснить, что при написании делового письма следует учитывать его структуру (деловое письмо рекомендуется начинать со вступления, которое представляет собой краткую предысторию вопроса и объясняет цель написания письма) и следовать определенному формату.

Предпосылки написания письма могут быть заданы одной короткой фразой или предлогом, которые указывают причину написания письма/ документа, например:

- Further to our telephone conversation we are happy to advise you that ...

- Further to your recent interview, I am pleased to offer you the position of...

или

- We have seen your advertisement in the journal and would like to inquire if...

Данные примеры свидетельствуют о том, что каждая часть любого письменного информационного сообщения строго функциональна. Например, в кратком предложении «In response to your letter we are pleased to inform you that your order is ready for shipment» содержится указание на причину написания письма, приводится формула вежливости, затем идет основной информационный блок. Между вступлением и основной частью письма существует определенная связь, которая выражается при помощи обязательных при написании деловых писем конструкций и клише.



Например:

«Thank you for your letter of 10 June, enquiring about our range of office furniture. I am enclosing a catalogue and a price-list, quoting c.i.f. terms London» или

«Referring to your enquiry of 25 January we have pleasure in sending you a copy of our catalogue, which includes details and prices for our complete range of goods».

Огромное значение имеет правильно составленное окончание, так как именно в нем заключается конструктивный элемент письма: что нужно сделать, к кому обратиться и т.д. Например, «Should you have any further queries, please do not hesitate to contact me» или «We hope you will be pleased with the catalogue and look forward to receiving your order».

Письмо, лишенное подобного окончания, является неэффективным и нарушает главный принцип делового этикета, так как, общаясь с западными партнерами, следует помнить, что вежливость является основным требованием, предъявляемым к деловой корреспонденции, поскольку, как уже отмечалось, само по себе письменное деловое общение исключает возможность использовать такие невербальные средства общения, как улыбка, дружелюбный кивок, рукопожатие, которые помогают продемонстрировать нашу добрую волю и расположение к собеседнику. Соблюдение норм вежливости является важным инструментом для достижения своей цели, для установления определенной тональности взаимоотношений, а изменения в тоне наших писем может быть воспринято как сигнал тревоги или даже отказа.³

Необходимо также учитывать, что деловой английский язык, используемый зарубежными партнерами при устном общении, отличается позитивной окраской, которая выражается в использовании слов и конструкций, имеющих положительную коннотацию. То же самое явление характерно и для письменного общения, где очень широко применяются традиционные фразы типа «We are happy (pleased) to inform you ...; We are very grateful; We look forward to hearing from you». В очень формальных видах переписки до сих пор можно встретить такие устаревшие клише, как «We will deem it an honor to ...».

В отличие от западной деловой переписки для отечественного письменного делового общения характерны более сдержанные конструкции: «Мы рады (но: не «счастливы») сообщить Вам...».

В работе с западными партнерами деловой этикет требует от нас написания разнообразных писем и записок, таких, как, например, поздравления, приглашения, а также вежливого письменного ответа в случае получения официального приглашения на прием или презентацию. Официальные поздравления, благодарственные письма за теплый прием, выражение соболезнований и другие виды кратких писем не являются привычной частью нашей деловой письменной культуры, в то время как нашими западными партнерами данный вид деятельности рассматривается как необходимое проявление вежливости в деловом общении.

Несмотря на то что требование краткости и вежливости не может быть истолковано однозначно в письменной деловой культуре различных стран и компаний, оно признается необходимым всеми исследователями, работающими над изучением различных форм письменного делового общения. В том случае, когда мы участвуем в межкультурном общении, соблюдение установленных норм вежливости, а также тех ограничений и требований, которые существуют по объему того или иного документа, совершенно необходимо.

Итак, письменное деловое общение, в отличие от личного письма, осуществляется посредством четко структурированных текстов, написанных по тому или иному образцу, в заданном объеме и содержащих все необходимые формулы вежливости, позволяющие произвести выигрышное впечатление на адресата.

При ведении деловой корреспонденции всегда нужно помнить, что уместный в устном общении монолог, без всяких изменений изложенный на бумаге, может серьезно повлиять (не всегда положительно) на предполагаемый исход делового общения. Разумеется, такие слова и выражения, как «well, I see, why not» не могут быть использованы в деловом письме, письмо может стать фамильярным и при употреблении в нем выражений и лексических единиц разговорного характера. Так, вполне уместное в межличностном деловом общении выражение «to mess up the task — не справиться с заданием», недопустимо в докладной, адресованной вышестоящему менеджеру. То же самое можно сказать в отношении образных идиом, таких, как «to blow somebody's trumpet, to be the boss's yesman» и т.д., так как выражение эмоций личного характера несвойственно для делового письменного общения; в стандартном деловом письме, как правило, не встре-



чаются метафоры и эпитеты, гиперболы, эмфатические конструкции, а используются слова, имеющие книжную окраску, например: to request, to reply (respond), to regret, to identify, to specify, to finalize, to acknowledge.

Во многих видах письменного делового общения можно обнаружить специальные сложные предлоги, которые выражают взаимосвязь между различными явлениями и обстоятельствами, например:

With reference to (your recent request, our future plans) - относительно;

In compliance with (the existing regulations, the policy adopted by) — в соответствии, соответственно;

In keeping with (the changing business environment) - соответственно (чтобы соответствовать);

Due to (the improvements introduced into our service) – благодаря (совершенствованию процесса оказания наших услуг);

Consequently (the accounting system changed) - соответственно система бухгалтерского учета изменилась;

Provided that (the decision is to be enacted provided there is a mutual consent) - решение должно быть практически реализовано в том случае, если удастся достигнуть согласия по этому вопросу;

In case of (further discrepancy) - в случае (дальнейших несоответствий);

Should (should you require any additional information) — если вам понадобится дополнительная информация.

Часто в деловых письмах употребляются специальные клише, которые имеют разные функции, например:

This is to (certify, inform, notify, confirm, etc) - начало письма-ответа на запрос;

We regret to (inform, reject, etc.) - начало письма-жалобы (претензии);

We offer an apology for (the delay, failure to... etc.) – начало письма-сообщения;

Please do not hesitate to (contact, request, inquire, etc) - вариант окончания письма;

We look forward to (hearing from you/our future cooperation) - вариант окончания письма.

Наряду с определенными устойчивыми выражениями, используемыми в деловом общении, в различных видах письменных документов можно также обнаружить специальные сокращения, которые позволяют сэкономить место, например, всем известное P.S., менее известные En или Enc, обозначающие enclosure, enclosed, Re или Ref, обозначающие reference, или RSVP, что означает «пожалуйста, ответьте!». Незнание подобных сокращений может поставить участника межкультурной коммуникации в неловкое положение.

Успешное письменное деловое общение предусматривает эффективное взаимодействие со своим партнером, поэтому при ведении корреспонденции рекомендуется придерживаться того же стиля, в котором общается с нами наш партнер. Однако в тех случаях, когда инициатором письменного общения с зарубежным партнером, являемся мы, необходимо, по возможности, сохранить нейтральный стиль, что является основным правилом ведения деловой корреспонденции.

Следовательно, эффективное письменное деловое общение требует как уважения к специфике данного вида деловой коммуникации, что находит отражение в неукоснительном соблюдении принятых в нем стандартов, требований, лексических и грамматических особенностей, так и уважения к традициям, сложившимся в той или иной национальной культуре применительно к данному виду делового общения.

Разумеется, формы письменного делового общения весьма разнообразны и не исчерпываются деловыми письмами. Докладные записки, отчеты, планы и должностные инструкции имеют иную структуру, которая может варьироваться в зависимости от цели, содержания документа или традиций, существующих в данной конкретной деловой культуре для написания подобного рода бумаг. Тем не менее, при обучении этому виду делового общения преподаватель иностранного языка должен уметь объяснить студентам, что любые виды письменного общения имеют четкую структуру, которая выражается в виде заголовков, подзаголовков, параграфов, нумерации разделов и иных составляющих документа. Умение правильно и четко оформить деловое письмо, резюме, отчет или план является важнейшим компонентом компетенции, необходимой современному профессионалу, независимо от области, в которой он работает.⁴



Как отмечалось выше, устное деловое общение может осуществляться непосредственно лицом к лицу или при помощи технических средств (телефон, громкая связь и т.д.). Для каждого вида общения характерны определенные слова-сигналы, клише, конструкции и т.д.

Деловое общение по телефону в настоящий период становится все более популярным, оно незаменимо в том случае, когда нам требуется незамедлительная реакция или обратная связь с нашим партнером, клиентом или коллегой, например, необходимость договориться о месте и времени встречи, согласовать дальнейшие планы.

Готовясь к телефонному разговору на иностранном языке, следует продумать все, что мы собираемся узнать или рассказать, решить, в каком порядке будет изложена информация, подготовиться записывать данные при необходимости. Пропуск одного из важных блоков информации может привести к неэффективности телефонного делового общения, которое не терпит небрежности и спешки. Основная задача говорящих по телефону – убедиться в том, что мы правильно понимаем собеседника, а он правильно понимает нас.

Деловая телефонная беседа по своему стилю является более сдержанной и формальной. Ее важной особенностью является наличие и использование специальных клише, которые позволяют оформить определенные блоки телефонного разговора и вызвать нужную реакцию собеседника. Поскольку телефонное общение исключает непосредственный визуальный контакт, рекомендуется использовать нейтрально-доброжелательный стиль общения, так как излишняя несдержанность может вызвать негативную реакцию вашего собеседника, что приведет к неэффективности дальнейшего общения.

Для того чтобы соблюсти все правила ведения телефонного общения на иностранном языке, необходимо овладеть специальными фразами-клише, которые используются для того, чтобы представиться, вежливо прервать собеседника, попросить повторить информацию, попросить перезвонить, закончить разговор и т.д. Например,

- This is Mr White. May I speak to ...
- Who's calling, please?
- I am calling about...
- Can you call back later?

- May I leave a message? Can you take a message, please?

- There's a telephone call for you.

- Hold on, please.

- I am putting you through, etc.

Практика показывает, что обучение телефонному деловому общению следует начинать на занятиях по иностранному языку в высшей школе, так как сотрудники, в чьи должностные обязанности входит общение по телефону, являются лицом компании и по их умению общаться складывается мнение о компании и стиле ее работы с клиентами и партнерами.

Одним из наиболее популярных в настоящий период видов делового монологического общения является презентация, которая также имеет ряд характерных лингвистических особенностей.

Слово «презентация» по своей семантической природе подразумевает двух участников коммуникативного акта, то есть является адресным или ориентированным на аудиторию. Наличие временных ограничений, так как презентация является публичным выступлением и подразумевает строгий регламент, предусматривает необходимость четкой организации и структуры выступления для того, чтобы уместить максимальное количество информации в сжатый отрезок времени.⁵

Выступающий может ставить перед собой различные цели, соответственно, его презентация может быть информативной, носить аргументирующий или убеждающий характер, что до некоторой степени предопределяет структуру и вербальное оформление презентации, в особенности стилистические средства, используемые выступающим. Информационная презентация, как правило, менее эмоциональна, чем презентация убеждающая, в которой могут быть использованы императивные конструкции, сравнения, метафоры и т.д. для оказания воздействия на аудиторию. Несмотря на эффективность перечисленных выше средств, целесообразность их использования зависит как от поставленной перед выступающим задачи, так и от традиций, которые существуют в той или иной стране или организации.

Тем не менее, несмотря на стилистические различия, любая деловая презентация имеет четкую структуру, то есть составные части, которые организованы по определенному принципу, обязательному для неукоснительного со-



блюдения лицом, произносящим речь. Помимо знания принципа построения презентации, выступающему необходимо подобрать такие вербальные средства, которые помогут ему сделать его рассуждения понятными аудитории. Ими могут являться конструкции и слова с временным значением (looking back to, analyzing the present situation, in the future, etc.), предлоги и наречия, обозначающие причинно-следственные отношения (consequently, as a result, due to the fact, etc.), а также числительные и наречия, позволяющие пронумеровать аргументы, тезисы и т.д. выступающего (first, second, next, finally, etc.). Наличие таких вербальных средств в сочетании с эффективной интонацией и паузами придает деловой презентации характер продуманного и хорошо подготовленного выступления. Нельзя также забывать, что у каждого публичного выступления должны быть начало и окончание, так как данные элементы позволяют выступающему произвести выигрышное впечатление на аудиторию: эффективное начало сразу привлечет внимание публики, а успешное окончание будет способствовать лучшему запоминанию этого выступления.

В настоящее время специалистам, занимающимся внешнеэкономической деятельностью, все чаще приходится выступать с презентациями, принимать участие в собраниях, встречах, переговорах и т.д., следовательно, они должны владеть умениями публичного выступления в совершенстве, анализ деловой практики экономистов-международников подтвердил, что знание и активное владение социальными, психологическими и лингвистическими особенностями делового общения способствует лучшему пониманию между людьми и обеспечивает эффективную межкультурную коммуникацию в профессиональной среде.

Примечания:

¹Общеввропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, обучение, оценка. – Страсбург, 2001, с. 3

²Яроцкая Л.В., Градышкевич-Радышкевич И.И. Учимся правильно формулировать и излагать мыс-

ли: учебное пособие по развитию умений письменного речевого общения. - М.: МГЛУ, 2001, с. 137.

³Самохина Т.С. Эффективное деловое общение. - М.: Р. Валент, 2005, с. 165

⁴Джон К. Уолден. Библия деловых писем, факс-сообщений и e-mail на английском языке. - Изд. Дельта Паблштинг, 2004, с. 39

⁵Презентация. Приемы. //В кн.: Венедиктова В.И. Деловая репутация (личность, культура, этика, имидж делового человека). - М.: Ин-т новой экономики, 1996, с. 83

Библиография:

1. Общеввропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, обучение, оценка. – Страсбург, 2001. – 256 с.

2. Громова Н.М. Обучение экономистов-международников деловому общению на иностранном языке в свете современных требований. // Актуальные проблемы преподавания иностранного языка профессионального общения в области международного сотрудничества. (По материалам юбилейной научно-практической конференции). – М.: ВАВТ, 2006, сс. 14 – 24.

3. Международный деловой протокол и этикет (учебное пособие). М.: ВАВТ, 2002. - 214 с.

4. Презентация. Приемы. //В кн.: Венедиктова В.И. Деловая репутация (личность, культура, этика, имидж делового человека). - М.: Ин-т новой экономики, 1996. – 208 с.

5. Самохина Т.С. Эффективное деловое общение. – М.: Р. Валент, 2005. – 216 с.

6. Яроцкая Л.В., Градышкевич-Радышкевич И.И. Учимся правильно формулировать и излагать мысли: учебное пособие по развитию умений письменного речевого общения – М.: МГЛУ, 2001. – 496 с.

7. Джон К. Уолден. Библия деловых писем, факс-сообщений и e-mail на английском языке – М.: Дельта Паблштинг, 2004. – 215 с.

8. Честара Дж. Деловой этикет : Паблик рилейшнз для всех и для каждого/ Пер. с англ. Л. Бесковой. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 1999. - 336 с.

