Гусева Элла Юрьевна

СПЕЦИФИКА ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В СВЕТЕ СОВРЕМЕННЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ТЕОРИЙ. ЯЗЫКОВАЯ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/11-2/45.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2009. № 11 (30): в 2-х ч. Ч. II. С. 130-132. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/11-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

Не все иноязычные заимствования легко приживаются в языке. Вместе с тем, большинство заимствований оправданы и вполне спокойно сосуществуют в языке со своими синонимами, словами исконного языка.

Список использованной литературы

1. HSK 中国汉语水平考试词汇大纲汉语 8000 词词典/北京语言大学汉语水平考试中心编。 - 北京：北京语言大学出版社， 2004。- 1709 页。
2. Longman dictionary of contemporary English / Director Della Summers. Spain: Longman, 2001. 1668 p.
3. 番国英。外来词引起的汉语词语的修辞分化/修辞学习2004年第2期。– 74–76 页。
4. 新华新词语词典：2003年版/商务印书馆辞书研究中心编写。- 北京：商务印书馆，2003。- 455 页。

СПЕЦИФИКА ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В СВЕТЕ СОВРЕМЕННЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ТЕОРИЙ. ЯЗЫКОВАЯ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ

Гусева Элла Юрьевна
Оренбургский государственный институт менеджмента

Повышенный интерес лингвистики и лингводидактики к коммуникативной прагматике привел исследователей к пристальному изучению использования языковых средств, реализующих индивидуально-личностную, интенциональную (мотивы и цели) и ситуативные аспекты сообщения. Одним из доминантных направлений становится изучение специфики коммуникативного поведения в разных социальных сферах как у представителей одного социума, так и представителей разных культурных социумов. Необходимость изучения проблем межкультурной деловой коммуникации обусловлена быстрым ростом международных связей и естественным интересом ученых к проблемам лингвистики, как языковой, так и речевой формы воплощения интенционального и содержательного наполнения межкультурного делового речевого акта [Воркачев, 2005, с. 76-80].

На современном этапе развития лингвистики отечественные и зарубежные ученые на материале разных языков и национальных вариантов ряда полинациональных языков проводят анализ в таких областях, как психолингвистика, социолингвистика, лингвокультурология, лингвистика текста и др.

Объектом изучения многочисленных национальных и международных объединений является язык для специальных целей, который выделился в самостоятельную единицу научного осмысления. На основе обобщений последних исследований в этой области четко выделяется тенденция смещения в изучении деловой коммуникации от узко-терминологических исследований к функционально- синтагматическому подходу и интернационализации [Тер-Минасова, 1980, с. 12-18; Комарова, 1996, с. 194], в результате чего все чаще возникает вопрос, что такое язык деловой коммуникации.

Работы решающие наиболее общие проблемы, не отодвигают в сторону решение конкретных исследовательских задач, связанных с описанием специфических лингвистических и дидактических аспектов языка деловой коммуникации [Волошин, 2001, с. 83].

По мнению С. Г. Воркачева, особенности национального характера и этнического менталитета стали объектом пристального внимания такой относительно недавно сформировавшейся лингвистической дисциплины, изучающей «диалог культур», как межкультурная коммуникация, основной интерес которой направлен на определение «зон напряжения» при межкультурных контактах и предотвращение коммуникативных неудач. Несмотря на все еще имеющую место некоторую неопределенность предметной области и целей, межкультурная коммуникация активно занимается изучением методик «состыковки» межъязыковых вариантов лингвоконцептов, вполне обоснованно исходя, очевидно, из того, что «язык и шаблоны нашей мысли неразрывно между собой переплетены; они в некотором смысле составляют одно и то же, и выйти из пределов круга, который «каждый язык описывает вокруг народа, которому он принадлежит», можно, только вступив в другой круг» [Воркачев, 2005, с. 79]. Одной из важнейших проблем в этой области является передача национальной социокультурной информации: стереотипов поведения, индивидуальных и общественных особенностей ведения бизнеса, национального этикета, национальных речевых характеристик, общественной и индивидуальной психологии, языка жестов и манеры одеваться, общего уровня образованности. Очевидный поворот в сторону изучения национальных культур оказывает существенное воздействие на всю современную лингвистику вообще и описания языка деловой коммуникации в частности. Объединение проблем чисто лингвистических с проблемами межкультурной коммуникации позволяет определить общий объект исследования - этнический менталитет носителей определенных естественных языков как совокупность групповых поведенческих и когнитивных стереотипов. Интерес лингвистики направлен на выявление лингвоспецифических характеристик национального менталитета через анализ его семантических составляющих - концептов, а проблемы межкультурной коммуникации сфокусированы на преодолении лингвокультурной специфики и возможного ее непонимания в межъязыковом общении [Там же, с. 76].

В ряде исследований специфики деловой коммуникации определяется место языка делового общения в рамках теории языков для специальных целей. Он может охватывать большое число профессионально ориентированных подрегистров языка в зависимости от специализации и детализации современных технологий производства, торговли и финансовой деятельности. Кроме этого, язык делового общения тесно переплетается с разговорно-бытовой лексикой, поскольку используется не только как средство передачи специфической информации, но и как основное средство общения в области производственно-экономических отношений. Ситуативная разноплановость - источник существования множества подходов в научном изучении и методическом обеспечении языка делового общения. Многие языковые факты имеют в языке деловой коммуникации пограничный характер и совмещают черты разных функциональных стилей. В этом плане язык деловой коммуникации распадается на ряд подрегистров с преобладанием различных функций.

Понимание того, что все в языке пронизано национально-культурной спецификой, стало мощным стимулом в развитии современных лингвистических исследований и активизации процесса накопления фактического материала и его дидактической обработки. В ответ на новую целевую установку появились исследования, посвященные различным проблемам аккультурации [Городецкий, 1985, с. 64-78; Гудков, 1999, с. 110-116].

Восприятие национально-культурного значения речевых форм делового языка осуществляется на основе бессознательного или осознанного соотнесения их основного значения с известными говорящему кодами культуры: если коммуниканты являются субъектами единой культуры, ее код осознанно или бессознательно распознается в тексте. Следует отметить, что субъективное незнание специфики лингвоконцептов иноязычной культуры не препятствует общению.

Изучение языковых средств передачи культурных смыслов в инокультуру привело к пониманию того, что естественный язык позволяет передавать любое сообщение. Главное определить насколько «текст «на выходе» формально адекватен тексту на «входе» и не превышает ли объем переводческих комментариев текста самого перевода» [Воркачев, 2005, с. 80].

В любой из форм общения (в бытовом, деловом, экономическом дискурсе) следует учитывать, что существуют культурные доминанты, лингвоконцепты, традиции и эстетика. Этноспецифичность - языковая концептуализация заключается, прежде всего, в «культурно значимой стереотипизации моделей мировосприятия и поведенческих реакций» [Там же, с. 78].

Система единиц делового языка связана с социальной, духовной и материальной культурой языковой общности и, конечно, является отражением ее национально-культурного опыта. Национально-культурная специфика является следующим связующим звеном между языковой единицей, с одной стороны, и стереотипами, эталонами, символами национальной культуры носителя языка, с другой. Культурно-маркированные реалии служат средством воплощения культурной специфичности языка делового общения, а способом указания на эту специфику является их интерпретация в знаковом национально-культурном пространстве данного сообщества. Такая интерпретация и составляет содержание национально-культурной коннотации [Сапожникова, 2004, с. 110].

Но в каждой национальной культуре есть в деловой сфере доминирующий пласт культурных пресуппозиций, который является таковым только в данной сфере. Этот пласт состоит из концептов «отношения ко времени, труду, работе и новшеству», а также из некоторых эстетических предпочтений и взглядов.

Специальные исследования по языку деловой коммуникации позволяют определить два основных направления:

1. создание ситуационно-логически обусловленной классификации языка деловой коммуникации с выделением общих и специфических сфер его пользования;
2. представление лингвистического многоуровнего описания каждого из выделенных подрегистров.

Что касается языка деловой коммуникации, ситуация осложняется спецификой дискурсных особенностей текста. В деловой коммуникации присутствует большой разброс текстов от неофициального общения до сложных операций с графиками и цифрами, от несложных деловых переговоров до трудоемких технических описаний, от шаблонных контрактов до сложных экономических и финансовых докладов и отчетов. Поскольку само понятие охватывает огромное множество специфически организованных отрезков речи, соответствующих различным ситуациям коммуникации, то сложно определить само понятие языка делового общения.

Учитывая вариативность текста в языке деловой коммуникации, лингвисты обосновано выделяют основное категориальное свойство составляющих его единиц, своего рода доминант, или инвариантное свойство деловой речи. В процессе словообразования постоянно взаимодействуют полярно противоположные начала: субъективное - объективное, творческое - нетворческое, продуктивное - непродуктивное [Кубрякова, 1991, с. 4-81].

В настоящее время считается общепринятым тезис о том, что в стандартных ситуациях большинство говорящих на каком-либо языке ограничиваются запоминанием и воспроизведением таких языковых единиц, которые уже до них были образованы и приняты языковым коллективом. «Языковая сокровищница» является неистощимым запасом всяких готовых мыслей, готовых шаблонов, фраз, образов и оборотов и охотно снабжает ими своих клиентов, которые в большинстве случаев просто повторяют слышанное» [Щерба, 1957, с. 5]. Это в полной мере относится к языку делового общения.

Вопрос о соотношении воспроизводимых (общепринятых) и творческих (индивидуально-авторских)

языковых элементов - одно из важнейших положений современной синтагматической теории.

В ряде исследований, посвященных вопросам строения тех или иных языков, существует тенденция к переоценке творческого аспекта в речеобразовании. Согласно этой тенденции говорящий имеет якобы врожденную лингвистическую «компетенцию» и, таким образом, наделен неограниченной свободой «порождать» все новые и новые сочетания слов, одинаково понятные всем участникам речевого общения [Богатырева, 1998, с. 110].

Существует и другое мнение, свидетельствующее о том, что язык деловой коммуникации представляет собой в этом смысле близкий к идеальному образец «нетворческого» использования языковых единиц [Глушко, 1970, с. 25], т.е. готовых «блоков», которые являются доминирующей характеристикой всех типов дискурса в деловой коммуникации. Важно отметить, что все единицы блокового характера имеют параллели в других языках: английском, французском, русском. Эта »блоковость» проявляется не только на уровне целых текстов, будь то презентационные материалы, банковские документы или деловая переписка. Даже неофициальная диалогическая речь между участниками общения, как правило, не выходит за рамки стандартных, формальных, глобально клишированных единиц большого и малого синтаксиса [Волошин, 2001, с. 84-86].

С одной стороны, это утверждение полностью справедливо, а с другой - только частично, поскольку, например, в процессе переговоров, где различные речевые ситуации требуют разных стратегий общения, предполагающих правильный выбор средств для их реализации, и без творчества здесь не обойтись.

Клишированность устного делового общения оправдана только относительно построения некоторых речевых ситуаций, например, диалогов на разговорно-бытовую тематику: «Установление контакта», «Телефонные разговоры», «Беседы-общения с целью наладить отношения».

Собственно деловые ситуации, например переговоры, - это логико-коммуникативная модель диалогической речи [Там же, с. 89].

Воздействие на партнера в деловой коммуникации осуществляется не через создание оригинальных творческих языковых единиц, а через средства оформления высказываний.

Основные функции языка деловой коммуникации: информационная и контактоустанавливающая. На основании двух этих функций деловая коммуникация в собственном смысле этого слова связана с репродуктивным характером речеобразования и функцией сообщения, а выбор формы ее выражения строго определен и варьируется в пределах нейтральной и формальной тональностей.

Таким образом, деловое общение строится на предельной ясности, прозрачности взаимоотношений между партнерами - только в этом случае существует возможность начать деловой контакт. Речевая структура строится на том, что оба партнера, предугадывая, прогнозируя намерения друг друга, стараются предупредить нежелательные «догадки» собеседника, проявляя лингвистически свои намерения. Важнейшим фактором делового общения является направленность всего лексико-стилистического строя дискурса на будущее действие в соответствии с намерением его участников что-либо сделать. Если предложения слушающего относительно будущих намерений собеседника, его мотиваций подтверждаются речевыми действиями последнего, то в данном случае речь может идти о доверии к собеседнику, что является очень важным шагом на пути к установлению деловых отношений.

Список использованной литературы

1. **Богатырева М. А.** Социокультурный компонент содержания профессионально-ориентированного учебника: дис. … канд. пед. наук. М., 1998. 110 с.
2. **Волошин П. С.** Английский язык делового общения как лингвистическое и дидактическое мнение: дис. … канд. филол. наук. М.: Изд-во МГУ, 2001. С. 84-89.
3. **Воркачев С. Г.** Лингвоконцептология и межкультурная коммуникация: истоки и цели // Филологические науки. М., 2005. № 4. С. 76-80.
4. **Глушко М. М.** Лингвистические особенности современного английского общенаучного языка: автореф. дис. … канд. филол. наук. М., 1970. 25 с.
5. **Городецкий Б. Р., Кобозева И. М., Сабурова И. Г.** К типологии коммуникативных неудач // Диалоговое взаимодействие и представление знаний. Новосибирск: Изд-во НГУ, 1985. С. 64-78.
6. **Гудков Д. Б.** Прецендентные феномены в языковом сознании и межкультурной коммуникации: дис. … докт. филол. наук. М., 1999. С. 302-307.
7. **Кожина М. Н.** Проблемы специфики и системности функциональных стилей: автореф. дис. … докт. филол. наук. М., 1970. 40 с.
8. **Комарова А. И.** Язык для специальных целей (LSP): теория и метод. М.: МАЛП, 1996. 194 с.
9. **Кубрякова Е. С.** Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. М.: Наука, 1991. С. 4-81.
10. **Сак А. Н.** Некоторые тактики участников делового общения // Вестник МГЛУ. М.: РЕМО, 2007. Вып. 519. Ч. II. С. 46-56.
11. **Сапожникова Е. Э.** Сопоставительный анализ особенностей функционально-делового языка: дис. … канд. филол. наук. М., 2004. 250 с.
12. **Тер-Минасова С. Г.** Синтагматика речи: онтология и эвристика. М.: Изд-во МГУ, 1980. 199 с.
13. **Щерба Л. В.** Избранные работы по русскому языку. М.: Учпедгиз, 1957. 240 с.