



УДК 881.111:303.4

Горелова Л.М., Миколаївський державний аграрний університет

Горелова Людмила Михайлівна – старший викладач кафедри іноземних мов Миколаївського державного аграрного університету. Коло наукових інтересів: використання лінгвосоціокультурної методики для посилення мотивації вивчення іноземної мови студентами нефілологічних спеціальностей.

ПРОБЛЕМИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ У ДІЛОВОМУ

У статті розглядається проблема міжкультурної взаємодії у діловому спілкуванні, що зумовлено розширенням міжнародного співробітництва та інтернаціоналізацією ділового спілкування. Автор аналізує процес написання та оформлення ділових паперів, необхідних майбутнім фахівцям для успішної роботи в полікультурному просторі.

The article considers the problem of crosscultural intercourse in business communication caused by the expansion of international cooperation and internalization of business communication. The author analyzes the process of making up and legalization of business documents necessary for future specialists in their successful work in the multicultural space.

Зовнішня і внутрішня політика України, її стратегічний курс на поглиблену демократизацію всіх сфер життя і приєднання до європейської спільноти ставлять нові цілі та завдання перед освітянами в галузі навчання іноземних мов. Тенденції розвитку світової співдружності свідчать, що в глобальному масштабі єдиним шляхом до прогресу людства є інтеграція на рівні виробництва, споживання, формування національної свідомості, розвитку міжкультурних зв'язків [8, с. 31].

Ряд екстралінгвістичних факторів, зокрема, розвиток економічних, політичних і торгових відносин сприяють розвитку інтересу до мови ділового спілкування й розширенню сфери його використання. Він обслуговує офіційні та надзвичайно важливі сфери людських взаємин: між державною владою й населенням, між країнами, підприємствами, організаціями, установами, особистістю й суспільством. У зв'язку із залученням у ринкові відносини великої кількості людей, а також переходом на новий рівень ділових відносин актуальним стає уміння правильно і якісно складати ділові папери. За словами С.Г. Тер-Минасової суспільство, що знаходиться в новому

інформаційному полі, має потребу у фахівцях, що вміють, крім знання своєї справи, ясно й логічно складати тексти [11, с. 5]. Дійсно, основою життєдіяльності кожної організації, фірми, підприємства, є вид комунікації, що визначається як ділова комунікація: процес взаємодії ділових партнерів, спрямований на організацію й оптимізацію того чи іншого виду предметної діяльності. Завдяки діловій комунікації здійснюється збір, аналіз і систематизація інформації як усередині підприємства, так і за його межами, забезпечується необхідний рівень взаємодії зі співробітниками, діловими партнерами, споживачами, постачальниками, фінансистами, клієнтами. Тому практичне значення ділової англійської мови, вимоги щодо рівня професійної кваліфікації зумовлюють підвищення уваги викладачів вищих навчальних закладів до розвитку вмінь у майбутніх фахівців писемного спілкування діловою англійською мовою.

Питанням визначення проблем написання ділових паперів присвячені роботи як зарубіжних (С.Г. Тер-Минасової, Т.В. Савченко, І.П. Павлової, Joseph Sheils, E.D. Hirsch, R. Lado, I.A. Смольянінкової), так і вітчизняних дослідників

(О.М. Устименко, С.В. Литвина, Р.К. Складенко та ін.). Але труднощі формування специфічних умінь ділового листування висвітлено недостатньо.

Мета цієї статті:

- проаналізувати проблеми міжкультурної взаємодії у діловому спілкуванні при написанні ділових паперів;
- визначити закономірності формування умінь написання ділових паперів та їх використання в нових умовах “світу без кордонів”, коли гостро стає проблема взаєморозуміння людей різних культур і традицій;
- окреслити шляхи виховання толерантності до чужих культур.

У наш час, коли людство живе в умовах загальної глобалізації, основною проблемою є співіснування та співробітництво народів різних країн, що мають різноманітні стилі життя та різні культури. Головна ж мета вивчення іноземних мов – формування комунікативної компетенції. Комунікативна компетенція, у сучасному її розумінні передбачає формування здібностей до міжкультурної взаємодії [11, с. 21]. Сьогодні ця мета є найбільш цікавою та важливою для будь-яких категорій студентів, що вивчають іноземні мови.

Ділове спілкування здійснюється в усній і письмовій формах. Остання містить у собі різні види ділових паперів: контракти, договори, накази, положення, інструкції, акти, угоди, заяви, ділові листи, повідомлення, звіти, доповіді, брошури, каталоги, відкликання, резюме, тези, па-тенти і т.д. Ділове листування є одним із засобів обміну інформації. Написання ділового листа вимагає особливої майстерності від його упорядника. Його майстерність базується на глибокому знанні мови композиційних та стилістичних її особливостей. Володіння фоновими знаннями, мов би включає іноземця до іншомовної громади, дає йому “культурну письменність” (cultural literacy) і навпаки – відсутність культурної письменності робить його чужаком (outsider), який не може зрозуміти те, на що носій мови лише натякає в писемному спілкуванні [13, с. 3].

Усе різноманіття ділових документів можна розділити на два види: внутрішні – документи, що функціонують усередині одного підприємства, організації, фірми (статути, розпорядження, програми, службові записки та ін.) і зовнішні – документи, що служать для контактів з іншими (контракти, договори, ділові листи та ін.). У тексті ділового спілкування, як і в будь-якому іншому тексті, здійснюється мовний акт, який Дж. Остин розглядає як спосіб досягнення людиною визначених цілей і складається з п'яти компонентів:

- 1) відправника повідомлення;
- 2) адресата повідомлення;

- 3) форми контакту, у даному випадку – письмової;
- 4) характеру референції – предметного змісту;
- 5) способу кодування інформації, у даному випадку – це мова письмових текстів ділового спілкування.

Учасники комунікації (ділові партнери) розглядаються як власники визначеного репертуару ролей і як носії визначених національно-культурних традицій. Відправник повідомлення (суб'єкт мови) звернений до іншого суб'єкта (адресата), реалізуючи комунікативний задум, несе повідомлення (референт), структуроване відповідно до законів даної мови, відбиваючи об'єктивну реальність у цілісності її сприйняття [7, с. 54]. В усіх типах текстів метою спілкування є обмін інформацією, що, у свою чергу, може розглядатися як форма активної взаємодії людей у процесі більш широкої творчої діяльності [4, с. 45]. Взаємодія зв'язана з предметним змістом і способом кодування інформації. Цікаво виявити, яким чином відбувається взаємодія ділових партнерів, які складності при цьому виникають. Ця проблема стає актуальною в зв'язку з розширенням міжнародного співробітництва й інтернаціоналізацією ділового спілкування.

Об'єктом даного дослідження обрані письмові тексти ділових паперів. Діловий лист – документ, що служить для забезпечення взаємодії ділових партнерів із метою організації, врегулювання й оптимізації того чи іншого виду предметної діяльності. За визначенням М.М. Бахтіна жанр характеризується “...своїм змістом (тема-тичним), мовним стилем, тобто добром словникових, фразеологічних і граматичних засобів ... і композиційною побудовою” [1, с. 249]. Аналіз текстів ділового спілкування проводиться з погляду жанрових особливостей: тематичного змісту, що включає номінативні й комунікативні змісти, композиційних характеристик і мовних засобів вираження змісту. До номінативного змісту відносяться сукупність елементів ситуації об'єктивної дійсності, що присутні у свідомості відправника, які відбиваються в тексті й зумовлюють у певному розумінні добір мовних елементів при формуванні самого тексту. Номінативний зміст ділових паперів містить у собі: дані про відправника й адресата з вказівкою назви компанії, фірми, поштову адресу, номер факсу, телефону, факсиміле, що входять і виходять даного листа, дату написання, спрямованість, заголовок до тексту, посилання на дату листа, на яке пишеться відповідь, подію як предметний зміст, форму ввічливості, підпису, ПІБ того, хто підписує лист. У ділових листах англійською мовою присутні всі елементи номінативного змісту:

- 1) дата, що пишеться праворуч і повністю (2nd Febr, 1990);

- 2) внутрішня адреса: назва й адреса фірми, прізвище офіційної особи, на чие ім'я відправляється вся кореспонденція (Sir James Brown and Co., 14, Manor Gardens, LONGBURY, Hants);
- 3) вступне звертання (Dear Sir);
- 4) заголовок до тексту, у якому вказується тема листа, тим самим, даючи можливість одержувачу відразу зрозуміти, про що буде лист (ORDER № 1367);
- 5) початковий абзац, у якому дається посилання на дату листа, на який пишеться відповідь (We thank you for your letter of 23rd of January and we are writing to inform you that...);
- 6) основна частина листа, що позначає подію (We have shipped the first grinding machine according to the order 1367 this morning the 2nd of April, 1990);
- 7) заключний абзац, що містить наміри і чекання відправника про дії у майбутньому (Acknowledgement of receipt in good order and condition will be appreciated);
- 8) заключної форми ввічливості, що відповідає ситуації (Yours faithfully);
- 9) підпис, написаний чорнилом від руки;
- 10) прізвище й посада того, хто підписує лист (per pro. The oriental trading co. ltd.) F. Howard (Secretary).

Ділові папери українською мовою представляють номінативний зміст із різним ступенем повноти. З елементів номінативного змісту найчастіше присутні:

- посада;
- ПІБ відправника;
- назва установи;
- адреса сайту;
- спрямованість до адресата;
- найменування заходу.

Адресант формулює свій намір у загальному виді, висловлює свою зацікавленість і повідомляє загальні зведення про свою установу. Зіставлення елементів номінативного змісту, що відносяться до учасників комунікації, виявляє тенденцію “замовчувати” частину інформації у текстах українською мовою, звужувати інформаційне поле.

Комунікативний зміст містить у собі вираження відношення адресанта до повідомлення, іншим учасникам комунікації та ситуації використання засобів вираження різного роду мо-дальності: повинності, волитивності, оптативності та ін. Дослідження текстів ділових листів показує перевагу вираження модальності в українській мові, особливо модальності повинності стосовно адресата й оптативності. В англійських текстах присутня модальність, що відноситься як до відправника, так і до адресата. Було також

проаналізоване лексичне наповнення текстів ділових листів з погляду використання двох класів загальноновживаних слів: клас повсякденної лексики й клас ділової лексики. Виявилось, що англійська мова воліє використовувати лексику ділового спілкування і нейтральну лексику, у той час як українська мова, відкрита для проникнення в мову ділових листів побутових слів і оціночно-експресивної лексики. Композиційно тексти розглянутих ділових листів будуються в такій послідовності:

- “шапка” бланка з указівкою назви установи, підрозділу, телефону, факсу адресанта;
- дані адресата (посада, звання, ПІБ);
- дані адресанта (посада, ПІБ);
- основний текст;
- підпис адресанта, вказівка в дужках його прізвища та ініціалів;
- дата написання документа.

Використовується 2 типи композиційної побудови:

- 1) використовується форма бланка;
- 2) не використовується форма бланка.

Українська мова “менш прискіплива” у відношенні до використання стереотипної форми ділового листа. Проведене дослідження виявило, що в текстах ділових листів англійською мовою більше виражений план повідомлення, менше представлений комунікативний план, чим у документах українською мовою. Українська мова ділових листів тяжіє до побутової, оціночно-експресивної лексики, порушує стереотипність композиційної побудови текстів. Ми схильні ввести явні відмінності українського тексту від англійського у більш широкий контекст способів здійснення діалогічної взаємодії, властивій тій чи іншій культурі. Відповідно до теорії діалогу М. Бубера, де відношення “Я-Ти” розглядаються як нерозривна єдність, І.Б. Ворожцова вводить способи установлення відносин як внутрішньо детермінованих культурою Я- і Ти-позицію. У процесі комунікації людина займає відповідну позицію: Я-я-орієнтовану чи Ти-орієнтовану [2, с. 130]. Для Я-я-орієнтованого спілкування характерна спрямованість на самого себе, підтвердження власної думки, спілкування через свої судження, оцінки, відносини. Для Ти-орієнто-ваного спілкування характерна спрямованість до співрозмовника, облік його інтересів, знань, накопиченого досвіду, ступеня інформування, інформативна насиченість. Я-позиція тяжіє до мо-дального змісту, Ти-позиція – до номінативного. Орієнтація спілкування виражається як у структурі тексту, так і у вживанні граматичних і лексичних одиниць. Проведений аналіз демонструє, що українська мова ділових паперів тяжіє до Я-я-орієнтованої позиції (недостатня виразність плану повідомлення, широка представленість модальності, оціночно-експресивних засобів

вираження, у тому числі і побутовій лексиці), англійська мова до Ти-орієнтованої позиції (повнота плану повідомлення, запобігання оцінки і модальності).

Можна вказати на особливості української мови: не заданість ситуації мови, непозначенність суб'єкта мови, емоційність оцінки, тяжіння до невизначених і безособових конструкцій. Дійсно, досвід показує, що тексти ділових паперів не можуть бути автоматично трансльовані з однієї мови на інші. Необхідно враховувати також соціокультурний аспект [10, с. 80]. Наприклад, у Японії діловий лист починається найчастіше з питання про стан здоров'я адресата, у Німеччині – із перерахування подій, що послужили причиною написання листа, американці, як правило, починають лист вираженням подяки. Ми розуміємо, що українець, що написав лист американцю англійською мовою, ризикує допустити не тільки орфографічні й граматичні помилки. Як відзначається в роботі І. Ворожцової, "... при побудові тексту автор виходить з особистісних мотивів і потреб, свого життєвого досвіду, роботи уяви і цінностей, свого соціокультурного середовища. Він проектує в тексті свої представлення про дійсність, знання і судження про неї, своє відношення до того, що викладається. Зміст тексту мислиться як результат об'єктивізації психологічного стану автора, його інтересів, соціального статусу, його представлень про ситуацію спілкування і про читача" [2, с. 121]. Тенденції мовного поведіння становлять особливий інтерес в інтелектуальному плані, тому що знання їх робить мову іноземця не тільки правильною, але й автентичною: він поводить у діалозі та будує свою мову так, як це зробив би в даній ситуації носій мови [5, с. 185]. Це, звичайно, є значним стимулом щодо більш серйозного й ретельного вивчення необхідного матеріалу для формування

специфічних умінь ділового листування у навчанні іноземним мовам.

Отже, проаналізувавши літературу з даної теми та враховуючи власний досвід роботи зі студентами нефілологічних спеціальностей, ми дійшли висновку, що рівень володіння студентами вміннями ділового листування англійською мовою свідчить про те, що труднощі цього різновиду писемного мовлення пов'язані з реалізацією певних функціональних цілей спілкування:

- необхідністю коректного застосування структурно-композиційних стандартів оформлення різних видів текстів-листів;
- логічної послідовності викладу основної комунікативної мети;
- ідентифікації належного рівня офіційності/неофіційності засобами мовностиліс-тичного забарвлення;
- дотримання правил, які складають етикет ділового листування;
- виконання соціально-комунікативних ролей адресанта й адресата в типових ситуаціях контрактно-договірної сфери спілкування.

Таким чином, можна зробити висновок, що формування специфічних умінь ділового листування та розвиток соціокультурної компетенції у вивченні іноземної мови дуже важливі у сучасному бізнесі. Дослідження процесу правильного написання та оформлення ділових паперів набуває великого значення для вивчення мовної картини світу, а також надає можливість майбутнім фахівцям успішно працювати в полікультурному просторі. Подальші дослідження у цьому напрямку допоможуть нам більш детально визначити багатогранність того, як у діловому спілкуванні проявляється людина у різних культурних середовищах, а також яким чином сфера ділового спілкування регулює мовну поведінку людини.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бахтин М.М. Проблема речевих жанров // Автор и герой: К философским основам гуманитарных наук. – СПб, 2000. – 23 с.
2. Ворожцова И.Б. Личностно-деятельностная модель обучения иностранному языку. – Ижевск, 2000. – 234 с.
3. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. – М.: Русский язык, 1990. – 195 с.
4. В. фон Гумбольдт. Язык и философия культуры. – М.: Просвещение, 1985. – 405 с.
5. Гак В.Г. Языковые преобразования. – М., 1998. – 157 с.
6. Зимняя И.А. Лингвopsихология речевой деятельности. – М., 2001. – 135 с.
7. Освітньо-професійна програма підготовки бакалаврата, спеціаліста магістра. – Міністерство освіти і науки України. – К., 2002. – 51 с.
8. Самовар Л., Портер Р. Коммуникация между культурами. – М.: Просвещение, 1972. – 235 с.
9. Сковронек Б. Освітняни про мову і культуру // Науково-публіцистичний журнал-дайджест. – 2002. – № 10 (44). – 61 с.
10. Тараненко І.Г. Соціокультурні та політико-економічні передумови визначення мови міжнародного спілкування // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КДЛУ. – К.: Видавничий центр КДЛУ, 2000. – № 3В. – 876 с.

11. Тарнопольский О.Б. Этикетное коммуникативное поведение в обучении ему в курсах иностранных языков // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КДЛУ. – К.: Видавничий центр КДЛУ, 2000. – № 3В. – 876 с.
12. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово, 2000. – 264 с.
13. Joseph Sheils. Multilingualism and new learning environment. European year of languages 2001. Conference. Council of Europe. – Strasbourg: 2001.
14. Hirsch E.D. Cultural literacy. What every American needs to know. – Vitage Books, 1987. – p. 303.
15. Lado R. Linguistics Across Cultures: Applied linguistics for language teachers. – Michigan: 1990. – 141 p.