

УДК 811.11=138:316.775.2

СОЦИАЛЬНО-НАЦИОНАЛЬНАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Мележик К. А.

*Институт иностранной филологии Таврической академии Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского, Симферополь, Крым, Российская Федерация
E-mail: melezhhik.karina@yandex.ru*

В статье рассматриваются инструменты создания социально-национальной вариативности межнациональной деловой коммуникации на контактном, предметно-ориентированном английском лингва франка (ПОАЛФ). Представлена классификация коммуникативных стратегий, способствующих деловому взаимодействию на ПОАЛФ русскоязычных и иностранных партнеров, разработанная на материале опросов двух групп информантов. Установлены основные типы коммуникативных стратегий, применяемых русскоязычными пользователями ПОАЛФ.

Ключевые слова: межнациональная деловая коммуникация, предметно-ориентированный английский лингва франка, коммуникативные стратегии.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях глобализации экономики, политики, культуры, науки и образования транснациональные сетевые организации, функционирующие в странах с различными языками, должны выбирать общий, как правило, предметно ориентированный английский язык, выполняющий функцию лингва франка (ПОАЛФ), что может создавать определенные проблемы в сфере внутренней и внешней коммуникации. Английский язык, используемый в качестве инструмента межнациональной и межкультурной коммуникации, осуществляемой в национальных и/или транснациональных сообществах практики, является разновидностью английского лингва франка, которая представляет собой предметно-ориентированный социолект, функционирующий в глобальном континууме английского языка и в значительной мере сохраняющий морфо-синтаксические, лексико-семантические и фонетические нормы стандартного английского языка, но отличающийся социально и национально обусловленными особенностями использования социолингвистических переменных.

Актуальность исследования определяется необходимостью концептуального переосмысления функционально-прагматической роли контактного языка межнациональной коммуникации как инструмента современного этапа глобализации, представленного совокупностью процессов, в ходе которых мир оказывается все более взаимосвязанным на местном, региональном и глобальном уровне.

Цель данного исследования – выявить факторы нарушения языкового взаимодействия, определяющие специфику реализации предметно-ориентированного английского лингва франка в межнациональной деловой коммуникации. Заявленная цель достигается путем решения следующих задач: а) установить принципы коммуникативно-прагматической вариативности ПОАЛФ деловой коммуникации; б) очертить диапазон социолингвистических переменных и коммуникативных стратегий,

характеризующих предметно-ориентированный АЛФ коммуникации в транснациональных организациях.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. Ситуативный выбор языка общения в процессе дискурсивной практики транснациональных организаций

Вынесенный в заголовок статьи термин «деловая коммуникация» представляет процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности, т.е. предметом делового общения является совместная деятельность, а партнеры всегда выступают как взаимосвязанные участники.

Отношения между участниками делового взаимодействия в тех или иных межнациональных профессиональных контекстах осуществляются представителями различных культур, и специфику такого взаимодействия определяют ключевые характеристики организационной структуры, в числе которых следование регламентации целей и мотивов общения.

По данным шведского исследователя Б.-Л. Гуннарсон, английский язык (АЯ) является естественным выбором для шведских, датских, норвежских и финских компаний в коммуникации с партнерами за пределами Скандинавии, но в некоторых норвежских или шведско-финских фирмах выбор языка общения может варьироваться [2, p.130].

Шведские исследователи англоязычной деловой коммуникации К. Лагерстром и М. Андерссон подчеркивают, что социальное взаимодействие обеспечивает эффективность координации деятельности всех участников и распространения организационной информации в межнациональных коллективах, однако межличностная коммуникация невозможна без общего языка [4, p. 94]. Они приводят слова менеджера одной из шведских компаний: «Мы все говорим на нашей собственной разновидности английского языка, а это означает, что нам надо общаться и проводить время вместе, чтобы узнать, кто как говорит. Поэтому мы должны быть заинтересованы в том, чтобы встречать и узнавать новых людей» [4, p. 91]. Выражение «наша собственная разновидность английского языка» иллюстрирует своего рода солидарность между пользователями АЯ и показывает, что это не только нейтральный контактный ПОАЛФ, но и основа для взаимопонимания.

Другие авторы указывают на реальную ценность АЯ как важной составляющей части корпоративных активов организации, утверждая, что языковой барьер, препятствующий социальному взаимодействию, не может быть преодолен с помощью письменного и устного перевода [1, p. 37], т.к. «основой любого бизнеса являются личные отношения непосредственно понимающих друг друга людей» [5, p. 36].

На практике ситуативный выбор языка общения означает следование принципу целесообразности: на уровне внутрикорпоративной переписки и устного общения между подразделениями транснациональной организации взаимодействие ведется, главным образом, на АЯ. Внешняя коммуникация между организацией и ее клиентами, например, в Германии, России или Центральной Азии может требовать использования, наряду с АЯ, и других языков, более приемлемых для партнеров транснациональной организации [3, p. 42], что способствует взаимной адаптации культурных и поведенческих норм коммуникантов.

Австрийский лингвист У. Шмит выражает позицию многих исследователей, утверждая, что участники взаимодействия на ПОАЛФ, по определению, должны участвовать также и в межкультурном общении, где смешиваются культурные и поведенческие нормы, связанные как с АЯ, так и с национальными языками [6, р. 41].

2. Стратегии регламентации социального взаимодействия в деловой межнациональной коммуникации

Межкультурное общение между участниками делового взаимодействия в транснациональных организациях не только регламентируется социально разделяемыми коммуникативными, поведенческими, текстообразующими и лексико-грамматическими правилами, но и подкрепляется соответствующими стратегиями. Задача конкретизации этих коммуникативных стратегий была, в частности, поставлена в ходе экспериментального исследования, проведенного автором с сентября 2012 г. по сентябрь 2014 г. Для данной статьи, отражающей один из этапов исследования, был отобран фактический материал, полученный в процессе интервью с российскими и иностранными специалистами, работавшими в различных крымских организациях и использовавшими ПОАЛФ в профессиональной коммуникации. Ввиду ограниченных рамок статьи не представляется возможным дать характеристику информантов. Интервью проводились на английском языке, путем межличностного вербального общения в условиях визуального контакта, а также с помощью разных служб Интернета – по скайпу, электронной почте, с использованием социальных сетей и технологии видеоконференций. Длительность отдельного интервью – 25-40 мин.

В процессе дискурсивной практики, когда постоянно кодируется/декодируется специальная информация, ментальная репрезентация опыта участников межнациональной деловой коммуникации имеет место не только на лексико-синтаксическом и семантическом, но и на речеповеденческом уровне. Так, например, побывавший в Крыму более 10 раз представитель компании Herbalife, отметил, что в процессе общения русскоязычных и иностранных собеседников обнаруживается определенный дисбаланс их коммуникативного поведения. Он рекомендует принимать во внимание стереотипы культурного аспекта общения с русскоязычными партнерами и использовать стратегии, помогающие им оптимизировать понимание деловой английской речи: *«I've found that these communication problems of Russian speakers are often arising from the cultural imbalance of behaviour. They can be fixed by simple things that you should try to employ in your speech»*.

Эту точку зрения разделяют многие информанты, как носители АЯ, так и представители европейских стран. Они признают, что необходимо отказаться от привычной для них свободной или небрежной манеры речи, которая не отвечает культурным стереотипам коммуникации с русскоязычными пользователями ПОАЛФ: *«It is conventional for our casual talk to demonstrate parity by being kind of slipshod, which turns out quite different with Russian speakers»*.

Сотрудник Швейцарского бюро сотрудничества считает необходимым говорить медленней, чем он обычно делает, поскольку для его русскоязычных собеседников более привычна несколько замедленная манера обсуждения: *«I always try to speak more slowly than I would normally because their mode of discussing things is somewhat lax»*.

Консультант бельгийского банка также утверждает, что ему приходится следить за своим темпом речи даже во время неформальных встреч с русскоязычными партнерами: «*I naturally speak quickly so I take care to try to slow down even in informal meetings with Russian counterparts*». С ним соглашается представитель Немецкого бюро международного сотрудничества, который также считает, что следует разговаривать медленно и четко с теми, кто недостаточно бегло говорит по-английски, хотя такие переговоры требуют больше времени, чем планировалось: «*Yes, it's very important to speak slowly and distinctly for some who are less fluent in English though it always takes more time than you have planned*».

Анализ ответов иностранных и русскоязычных информантов позволяет зафиксировать систематические различия в применении коммуникативных стратегий. Прежде всего, иностранные участники коммуникации на ПОАЛФ более многословны, и этот факт следует отнести не столько на счет более высокого уровня владения АЯ, сколько на счет культурных стереотипов, принятых в их среде. Они предпочитают межличностные, интерактивные стратегии дискурса, которые способствуют поддержанию диалога и обратной связи в дискуссии. Это, например, ссылки на предшествующего собеседника, неофициальная манера общения, вопросы по ходу обсуждения, обращение по имени, уклонение от прямого ответа и т.п.

Русскоязычные коммуниканты предпочитают более прямой и сдержанный стиль дискурса – они менее многословны, концентрируются на непосредственном предмете обсуждения, меньше используют элементы межличностных, интерактивных стратегий, способствующих неформальной манере общения. При этом обе группы участников достаточно успешно строят деловую коммуникацию.

Для того, чтобы определить интерактивные стратегии, наиболее часто используемые русскоязычными коммуникантами, им было предложено заполнить опросный лист, целью которого было выяснить, имеется ли определенная зависимость между коммуникативным поведением информанта и опытом общения с иностранцами; насколько регулярны деловые контакты информанта с иностранными партнерами, и какие индивидуальные стратегии использует информант для повышения эффективности общения.

Опрос показал, что регулярные англоязычные контакты имеют 24 информанта из 73, т.е. даже не все руководящие работники организаций, связанных деловыми отношениями с зарубежными партнерами. Ограниченные контакты имеют 31 информант и случайные контакты – 18 информантов. Результаты опроса представлены в Таблице 1.

Таблица 1.

Коммуникативные стратегии русскоязычных пользователей ПОАЛФ

Регулярность контактов Стратегии	Регулярные контакты	Огранич. контакты	Случайные контакты
1. Охотно вступают в разговор	24	19	13
2. Не боятся делать какие-либо языковые ошибки	24	19	10

*СОЦИАЛЬНО-НАЦИОНАЛЬНАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ
МЕЖНАЦИОНАЛЬНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ*

3. Продолжают разговор, даже если есть проблемы понимания	24	25	14
4. Просят собеседника подтвердить понимание	17	17	18
5. Просят собеседника пояснить смысл на примере	11	29	18
6. Отвечают собеседнику, даже если недостаточно поняли его высказывание	–	31	18
7. Способствуют продолжению разговора с помощью вербальных и невербальных сигналов	24	23	7
8. В ходе разговора пользуются электронными справочниками	–	17	14
9. Обращаются за помощью к другим участникам разговора	–	31	18
10. Наблюдают за жестами и выражением лица собеседника	24	31	18
11. Используют невербальные способы передачи информации	8	22	13
12. Стараются уловить главную мысль собеседника	24	31	18
13. Стараются понять тему сообщения на основе знакомой лексики	–	31	18
14. Стараются угадать общий смысл того, о чем говорит собеседник	–	31	18
15. Переключаются на родной язык, когда не могут выразить себя по-английски	–	9	18
16. Отвечают собеседнику, даже если недостаточно поняли его сообщение	13	31	18
17. Самостоятельно корректируют свои высказывания	24	17	14

18. Самостоятельно исправляют свои ошибки	24	17	14
19. Повторяют вслед за собеседником его слова и выражения	–	17	14
20. Говорят медленно, чтобы дать себе время подумать	24	31	18
21. Вспоминают выражения, которые встречали в профессиональной коммуникации и стараются использовать их в разговоре	–	17	14

Как видно из таблицы, треть всех информантов имеют регулярные англоязычные контакты, охотно вступают в разговор и способствуют его продолжению с помощью вербальных и невербальных сигналов. Они не боятся делать какие-либо языковые ошибки и исправляют свои высказывания, которые считают некорректными и несоответствующими, наблюдают за речевым поведением собеседника, говорят медленно, чтобы дать себе время подумать.

42% информантов имеют ограниченные англоязычные контакты, и только 2/3 из них охотно вступают в разговор и не боятся делать какие-либо языковые ошибки. Информанты этой категории восполняют недостатки понимания тем, что обращаются за помощью к другим участникам коммуникации, стараются уловить общий смысл разговора, опираясь на знакомую лексику и речевое поведение собеседника, отвечают собеседнику, даже если недостаточно поняли его сообщение, говорят медленно, чтобы дать себе время подумать.

Четверть всех информантов имеют случайные англоязычные контакты. Они менее охотно вступают в разговор и больше боятся делать языковые ошибки. Информанты этой группы практически всегда стараются угадать общий смысл того, о чем говорит собеседник, опираясь на знакомые слова, словосочетания. Они отвечают собеседнику, даже если недостаточно поняли вопрос, просят подтвердить понимание, пояснить смысл на примере, обращаются за помощью к другим участникам разговора, наблюдают за жестами и выражением лица собеседника, переключаются на родной язык, когда не могут выразить себя по-английски, говорят медленно, чтобы дать себе время подумать.

Таким образом, культурные стереотипы коммуникативного поведения информантов представлены на функционально-прагматическом уровне вербальными и невербальными коммуникативными стратегиями, которые, в свою очередь, базируются на культурно-прагматических стереотипах русскоязычной коммуникации. Иными словами, информанты используют общие для своей группы культурные стереотипы, определяемые как коммуникативные стратегии регулирования, посредством которых они адаптируют свои языковые ресурсы, перестраивают их, интегрируют в зависимости от постоянно меняющихся факторов англоязычного делового общения.

Среди общих для многих информантов стратегий регулирования следует выделить различные виды коммуникативных стратегий экспликации смысла и, в первую

очередь, стратегию согласования темы высказывания. Она реализуется: а) в виде обращений к собеседнику для подтверждения понимания, пояснения смысла на примере; б) в виде собственных усилий уловить главную мысль, угадать общий смысл того, о чем говорит собеседник, путем распознавания вербальной информации; в) в виде отправления своих вербальных и невербальных сигналов, подтверждающих понимание, и распознавания невербальных сигналов собеседника.

ВЫВОДЫ

Подводя итог обсуждению социально-национальной вариативности ПОАЛФ в деловой коммуникации, подчеркнем, что компенсация недостаточных вербальных средств достижения коммуникативных целей осуществляется с помощью таких культурно-обоснованных стратегий, как стратегия уклонения, стратегия повторения, необходимая для получения дополнительного времени, стратегия побуждения других участников коммуникативной ситуации к компенсации дефицита собственных средств передачи значения.

Существует очевидная зависимость коммуникативного поведения русскоязычных информантов от регулярности их контактов с иностранными партнерами. Коммуникативное поведение информантов, регулярно задействованных в интернациональных контекстах делового общения, носит экстравертный характер и направлено на поддержание внешней совместимости и согласованности взаимодействия в условиях конкретной организации.

Коммуникативное поведение информантов, которым в их организации доступны ограниченные или случайные контакты, носит интравертный характер и направлено на поддержание внутренней совместимости и согласованности своего взаимодействия с интернациональными участниками делового общения.

Список литературы

1. Feely A. J., Harzing A. W. Language management in multinational companies / A. J. Feely, A. W. Harzing // *Cross-cultural management*, 2003, No. 10 (2). – P. 37- 52.
2. Gunnarsson B. L. Discourse in Organizations and Workplaces / Britt-Louise Gunnarsson // *Contemporary Applied Linguistics, Volume 2: Linguistics for the Real World*, eds. L. Wei & V. Cook. London: Continuum, 2009. – P. 121-141 [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.nordiska.uu.se/britt-louise-gunnarsson/gu...
3. Kankaanranta A. English as a corporate language: Company-internal e-mail messages written by Finns and Swedes / A. Kankaanranta // B.-L. Gunnarsson (ed.). – *Communication in the Workplace. Research Group of Discourse in the Professions TeFa, Uppsala*, 2005, No. 42. – P. 42-59.
4. Lagerstrom K., Andersson M. Creating and sharing knowledge within a transnational team – the development of a global business system / K. Lagerstrom, M. Andersson // *Journal of World Business*, 2003, No. 38. – P. 84-95.
5. Schneider S. C., Barsoux J. L. *Managing Across Cultures* / Susan Schneider, Jean-Louis Barsoux. – Prentice Hall: London, 1997. – 267 p.
6. Smit U. English as Lingua Franca (ELF) as medium of learning in a hotel management educational program: An applied linguistic approach / Ute Smit // *Vienna English Working Papers*, 2003, No. 12(2). – P. 40-75.

**SOCIAL AND NATIONAL VARIABILITY
OF TRANSNATIONAL BUSINESS COMMUNICATION**

Melezhik K. A.

*Foreign Philology Institute, Taurida Academy, V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Simferopol, Crimea, Russian Federation
E-mail: melezhik.karina@yandex.ru*

The article is based on the presupposition that modern business environment is extremely international, and English is an important part of a global participant's linguistic repertoire. Multinational companies have their headquarters in major cities in different countries, and English is the daily language in most international companies. English is used in internal communication, and the practice of institutionalizing English as a company language gives it an official status.

The article discusses factors pertaining to the problem of internationalization of business communication and its integration into international economy and infrastructure through the universal medium of the contact English language (EL). European intercultural communication is known for its international membership and the common contact language – English Lingua Franca (ELF). For analysis of ELF employed in all specialized domains of European social and cultural diversity, a new notion is suggested – Domain-oriented English Lingua Franca (DOELF).

In communities of practice, composed of different mother tongue speakers, the generally accepted contact language is Domain-oriented English Lingua Franca of communication. In communities where people speak the same mother tongue it performs the function of a potential tool of internationalization for would-be communication with speakers of other mother tongues. It is Domain-oriented English Lingua Franca of internationalization.

It is argued that Russian business environment members are integrated into the international business community network by the task-oriented implementation of EL, which works as a universally accepted tool involving all individual members of the business community who are engaged in specialized workplace and organizational communication.

The new term “domain-oriented English Lingua Franca” is employed to denote the contact tool for specialized international communication in the business environment. The research of the internationally applicable DOELF is carried out on the material collected in a series of experiments with three groups of Russian and foreign workers of Crimean business organizations. Social interaction in Domain-oriented English Lingua Franca of communication is studied basing on the IC contexts where 144 European and Russian DOELF users participate.

Self-evaluation of their communicative competence demonstrated stable variability in their DOELF levels. Pronunciation and grammar distinctions of their domain-oriented discourse are distributed in kernel and peripheral zones of phonetic and morphosyntactic variables, more significant deviations claimed to be in EL categories with more expressed semantic markedness than those in the Russian language.

The author discusses verbal and nonverbal tools of creating national variability of intercultural communication in the common contact domain-oriented English Lingua Franca. It is argued that in mixed business communities DOELF interaction requires employment of communicative strategies. It is claimed that in multinational organizations strategies of speech production and interpretation depend on nationally rooted cultural stereotypes realized by business English Lingua Franca speakers.

A classification of the main types of communicative strategies is offered basing on experiments carried out with groups of Russian and foreign respondents – DOELF speakers. Strategies typical for the communicative behavior of Russian DOELF speakers are claimed to be affected by Russian language communication cultural-pragmatic strategies which regulate and compensate language resources.

Among most popular strategies of information regulation there are strategies of meaning explication and topic negotiation that are realized through such activities as requests for confirmation of understanding, references to previous experience, verbal and non-verbal symbols of agreement or disagreement, etc. Compensation strategies for the insufficient language competence involve deviation from the topic, time-saving repetition, inclusion of other communicants, etc.

The author maintains that communicative behavior of Russian EFL speakers depends on the frequency of their contacts with foreign partners. Russian users having regular contacts with foreign counterparts demonstrate extravert communicative strategies aimed at coordination of intercultural cooperation within their organizations. Their coworkers having random contacts with foreigners demonstrate introvert communicative behavior aimed at maintaining compatibility in domain-oriented IC.

Keywords: international business communication, Domain-oriented English Lingua Franca, communicative strategies.