

## **Деловое общение на русском языке в современном социальном контексте**

© кандидат педагогических наук *И.В. Михалкина*, 1997

В настоящее время практически нет исследований, посвященных изучению и описанию стилей современного русского языка, обслуживающих деловое общение, в ракурсе лингвометодических проблем. Это объясняется рядом причин. Прежде всего, обучение русскому языку как средству делового общения является новым социальным заказом методике преподавания РКИ. Кроме того, стремительные изменения в политико-экономическом развитии России, ее интеграция в мировое сообщество, безусловно, влияют на социальные отношения. В связи с этим русский язык как предмет изучения приобретает новые черты социально обусловленной вариативности на уровне систем единиц и их функционирования.

Для методики преподавания русского языка как иностранного и, в частности, обучения русскому языку как средству делового общения чрезвычайно важен вопрос о социальных коррелятах понятия "функциональный стиль". Ответ на этот вопрос однозначен в основном только в плане утверждения большинства ученых о том, что социальный контекст, а именно сфера использования языка, является важнейшим экстралингвистическим критерием выделения функциональных стилей. В трудах социолингвистов в качестве социального коррелята понятия "функциональный стиль" выступает понятие "сферы применения языка", включаемое в понятие "общественная функция языка" и определяемое как "функция, выполняемая языком как важнейшим средством общения в различных сферах человеческой деятельности". Подобную интерпретацию мы находим у А.Д. Швейцера, который в свою очередь ссылается на мнение Ю.Д. Дешериева<sup>1</sup>. В зарубежной социолингвистике используются понятия "сфера речевого поведения" и "общественная функция языка". В трудах российских ученых-лингвистов и методистов встречаются следующие номинации рассматриваемого социального феномена: сферы деятельности, сферы общения, сферы коммуникативного под-

---

<sup>1</sup> *А.Д. Швейцер*. Современная социолингвистика: Теория. Проблемы. Методы. М., 1977. С. 106.

ключения, коммуникативные пространства. Для методики преподавания РКИ наиболее традиционен термин "сфера общения".

Отсутствие единой классификации сфер общения свидетельствует о том, что их номенклатура находится в прямой зависимости от социокультурного развития общества, на которое влияют политико-экономические факторы, характерные для того или иного периода существования и развития государства. Подтверждением этому может служить мнение М.Н. Кожиной, высказанное в 1968 году, относительно "религиозного стиля". Определяя религию как одну из форм общественного сознания, характеризующуюся "фантастическим отражением в головах людей внешних сил, господствующих над человеком" и отражающую "...это господство в особой форме ложных представлений", М.Н. Кожина пишет, что "у народов социалистических стран возможность этого стиля (имеется в виду религиозный стиль — *И.М.*) сама собой отмирает вместе с отмиранием религии"<sup>2</sup>. В исторический момент написания этих строк социальный контекст характеризовался антирелигиозными установками, что и нашло отражение в исследовании ученого-стилиста. В настоящее время духовно-ценностные ориентиры нашего общества изменились, сфера религиозного сознания стала полноправной в ряду других сфер, и для многих людей "религиозный стиль" столь же необходим, как и другие функциональные стили.

Рассмотрим еще один пример. Возможно ли было в начале-середине 80-х годов говорить о наличии "газетного стиля" наряду с публицистическим стилем русской речи по аналогии со стилями, выделяемыми в английском языке? Сегодня же газеты как средство массовой коммуникации настолько отражают социальные отношения в России и выполняют социальные заказы, ориентируясь на присущие им особенности использования языка различных социальных групп, что постановка вопроса о "газетном стиле" не является некорректной ни с точки зрения социолингвистики, ни с точки зрения функциональной стилистики.

С начала 90-х годов произошли значительные изменения в социальных коррелятах стиля, обслуживающего деловое общение и традиционно соотносимого с "административно-правовой" ("официально-деловой") сферой общения. Прежде всего следует отметить, что изменилась сущность самого феномена "деловое общение".

В последние годы в научных исследованиях, посвященных лингвистическим и лингвометодическим проблемам, связанным с деловым

---

<sup>2</sup> М.Н. Кожина. К основам функциональной стилистики. Пермь, 1968. С. 174.

общением, в учебных пособиях по иностранным и русскому языкам, деловое общение чаще всего рассматривается как общение в сфере коммерции, как "бизнес-коммуникация". При этом слово "бизнес" используется не в его традиционном для русского языка толковании: "то, что является источником личного обогащения, наживы"<sup>3</sup>, а скорее как синоним слова "коммерция". В то же время в английском языке это слово имеет несколько значений, и во всех словарях в качестве первого значения приводится "дело, занятие". Думается, что "деловое общение" следует соотносить с делом в широком смысле этого слова, с профессиональной деятельностью.

В свете современного социального контекста можно предложить следующее определение рассматриваемого феномена. **Деловое общение** — акт социального взаимодействия, итоговой целью которого является коммерческий и некоммерческий обмен продуктами материального, интеллектуального и психофизиологического (имеется в виду труд) характера. В процессе делового общения каждый из коммуникантов, выступая в определенной социально- коммуникативной роли, стремится решить актуальную для своей профессиональной деятельности задачу. Таким образом, актами делового общения будут и взаимодействие менеджера строительной компании с представителем юридической фирмы по вопросу аренды земли под строительство нового здания, и взаимодействие декана филологического факультета МГУ с представителями зарубежных университетов по вопросам "безвалютного обмена" преподавателями и студентами, и взаимодействие представителя зарубежной благотворительной организации с представителями мэрии г. Москвы по вопросу безвозмездной передачи медицинского оборудования детским больницам. Данные примеры свидетельствуют о том, что феномен деловое общение не может быть жестко закреплен за определенной сферой деятельности, сферой общения на современном этапе развития нашего общества. Деловое общение трансфункционально.

Все вышесказанное подтверждает необходимость рассмотрения сфер общения<sup>4</sup> в современном социальном контексте. Но на каком основании должны быть выделены сферы коммуникации, являющиеся одним из экстралингвистических критериев функционально-стилистической дифференциации русского языка? При ответе на этот вопрос трудно не

---

<sup>3</sup> *Е.И. Ожегов. Словарь русского языка. Изд. 18-е. М., 1986. С. 43.*

<sup>4</sup> Классификации сфер общения см. в работах В. А. Аврорина, Т. А. Вишняковой, В. Г. Костомарова и О. Д. Митрофановой, Л. П. Клобуковой, А. А. Леонтьева, В. Л. Скалкина

согласиться с Д.Н. Шмелевым, который считает, что “когда речь идет [...] о взаимодействии функционально обусловленных разновидностей литературного языка, [...] целесообразно, прежде всего, выделить такие сферы использования языка, которые уже сами по себе предполагают различный характер языкового общения”<sup>5</sup>. Это положение чрезвычайно актуально для методики преподавания русского языка как иностранного, в которой сфера общения рассматривается как компонент коммуникативного содержания обучения. В зависимости от сфер общения отбираются другие компоненты содержания обучения — темы, ситуации, задачи общения по видам речевой деятельности и языковые средства, используемые при их решении.

Автор настоящей статьи предлагает следующую классификацию сфер общения в ракурсе современного социального контекста (таблица 1):

*Таблица 1.*

№№ п/п	СФЕРА ОБЩЕНИЯ	ПОДСФЕРЫ 1 УРОВНЯ
I.	Повседневного общения	1. Обиходно-бытовая 2. Обиходно-деловая
II.	Социокультурная	1. Художественно-литературного творчества 2. Театрального и кинематографического творчества
III.	Политико-идеологическая	1. Общественно-политическая 2. Религии
IV.	Профессионального общения	1. Научно-профессиональная 2. Учебно-профессиональная 3. Производства 4. Государственно-правового регулирования и контроля 5. Коммерции

Данная классификация может быть представлена в более конкретизированном виде, если выделить подсферы 2-го и 3-го уровней. Фрагмент подобного варианта классификации приводится в таблице 2.

<sup>5</sup> Д.Н. Шмелев. Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1977. С. 75.

Таблица 2.

ПОДСФЕРА 1-ГО УРОВНЯ	ПОДСФЕРЫ 2 УРОВНЯ	ПОДСФЕРЫ 3 УРОВНЯ
Коммерции	1. Рекламы и публичных отношений	
	2. Торговли продуктами производства	
	3. Услуг	1. Финансовых 2. Юридических 3. Посреднических 4. Сервисных 5. Медицинских

В основе предлагаемой классификации лежит идея единства общения и деятельности. Общение всегда протекает в процессе реализации некоторой деятельности, "по поводу" нее. Включаясь в систему конкретной деятельности, человек начинает выполнять определенные функции, занимает определенное положение в системе общественных отношений, приобретает определенную социальную роль. В социологии и социальной психологии под социальной ролью понимается "функция, нормативно одобренный образец поведения, ожидаемый от каждого, занимающего данную позицию"<sup>6</sup>. Следует отметить, что выполнение определенной социальной роли осуществляется в условиях общения с носителями подобной или других социальных ролей, поэтому потенциально в ней заложен и "образец" речевого поведения. В методике преподавания РКИ данный феномен принято называть "социально-коммуникативной ролью". Для каждой сферы деятельности и общения характерен свой набор социально-коммуникативных ролей. В методических целях данные роли выявляются, типизируются и описываются с учетом конкретных коммуникативных потребностей учащихся.

С этих позиций процесс обучения можно рассматривать как формирование способности выступать в определенных социально-коммуникативных ролях в рамках норм русского речевого поведения. Номенклатура этих ролей зависит от сфер деятельности, в которых учащимся приходится общаться на русском языке. Это общение обычно не ограничивается одной сферой, поэтому обучение сводится к формированию способности выбора речевых программ, а соответственно и языковых средств в зависимости от социальных условий общения, то есть

<sup>6</sup> И.С. Кон. Социология личности. М., 1967. С. 12.

способности адекватно пользоваться той или иной функционально-стилевой разновидностью современного русского языка. В подтверждение этой мысли приведем результаты анализа коммуникативных потребностей иностранных специалистов, чья профессиональная деятельность связана с пребыванием в России и общением на русском языке. Данный анализ дает возможность определить соотношение сфер общения, номенклатуру социально-коммуникативных ролей, позволяющие представить границы использования русского языка рассматриваемым контингентом специалистов.

Наибольшим образом сферы общения сужены у специалистов, временно пребывающих в России со служебными целями в составе делегаций или индивидуально. Обычно такие визиты носят кратковременный характер. В подобных случаях к деловому общению подключается сервисная область обиходно-бытового общения. Иностранцам гражданам приходится выполнять социально-коммуникативные роли пассажира на транспорте, постояльца гостиницы, посетителя ресторана (бара), покупателя (чаще всего сувениров).

Социокультурная сфера сводится в данном случае к общению на соответствующие данной сфере темы с коллегами, знакомыми, друзьями, к участию в культурной программе (экскурсии, посещение зрелищно-массовых мероприятий).

Для специалистов, прибывающих в Россию с теми же целями, но на более длительный срок (до нескольких месяцев), значительно расширяются обиходно-бытовая, обиходно-деловая подсферы и социокультурная сферы общения при сохранении центральной роли деловой коммуникации. Так, они нередко арендуют на период своего пребывания квартиры и машины, тем самым начиная выполнять социальные роли жильца дома/соседа, владельца автотранспорта/участника дорожного движения. Расширяются функции покупателя: кроме сувениров, покупаются продукты питания и промышленные товары. Кроме того, достаточно длительное время пребывания в России уже позволяет указанным иностранцам гражданам вступать в социальное взаимодействие с людьми на основании своих увлечений: различные виды спорта, коллекционирование, живопись, театральное искусство и т.д.

Указанные сферы общения и социально-коммуникативные позиции (совокупность выполняемых ролей) значительно расширяются для сотрудников зарубежных организаций, представительств фирм, совместных предприятий, работающих в России на протяжении нескольких лет. Особенно этому способствуют служебные командировки по стране

и в бывшие республики СССР, во время которых могут часто меняться социально-коммуникативные роли, в которых должен выступать иностранец. И нередко причина сложности исполнения этих ролей носит экстралингвистический характер и заключается в незнании специфики реалий действительности определенного региона, местного (часто этнически маркированного) колорита общения. Однако более активное включение в сферу повседневного общения и социокультурную сферу не является единственной особенностью общения данной категории учащихся. Важное значение в этом случае имеет подключение еще двух подсфер: общественно-политической и научно-профессиональной.

Следует отметить, что в общественно-политической подсфере, помимо области средств массовой информации, в рассматриваемом случае актуализируется еще одна область, которая во многом пересекается с социокультурной и профессиональной. Это связано с тем, что многие иностранные фирмы, аккредитованные при ТПП или МВЭС России, занимаются благотворительной деятельностью. Участие в попечительских советах, благотворительных фондах, обществах, помимо выполнения благородной миссии, создает паблисити и формирует имидж фирмы, укрепляет ее авторитет в кругах деловой и политической общественности. Фирмы, а иногда и частные лица, выступают в роли спонсоров благотворительных программ в области здравоохранения, культуры, образования, спорта. В последнее время эта деятельность затрагивает область социальной защиты инвалидов и малоимущих, детей-сирот. Общение при этом носит весьма разнонаправленный характер: в роли собеседника иностранных граждан могут выступать многие представители российских государственных и общественных структур (от министра до секретаря-референта), а также те, кому конкретно адресована помощь.

Многие зарубежные специалисты вынуждены общаться в научно-профессиональной подсфере в качестве участников семинаров, конференций, симпозиумов, имеющих научно-практическую направленность. На подобных мероприятиях, чаще всего посвященных различным аспектам деятельности зарубежных организаций в современных общественно-политических условиях развития России, выступают, с одной стороны, ученые-политологи, экономисты, юристы, предлагающие вниманию участников теоретический анализ рассматриваемых проблем, а с другой — государственные деятели и деловые люди разных рангов, чьи выступления носят явно практический характер, основанный на обобщении имеющегося опыта. Коммуникативные неудачи при включении в эту

сферу могут возникать у иностранных граждан в результате недостаточного знания принятых норм проведения подобных научно-практических мероприятий и этикета научного общения, неумелом "транспонировании" речевого поведения в код, отличающийся от кода привычной ежедневной деловой коммуникации.

Для начинающих бизнесменов, которые, выражаясь языком маркетинга, находятся в поисках своей ниши в российской экономике, и не обладающих достаточной предметной компетенцией, актуальна учебно-профессиональная подсфера общения. Это объясняется тем, что многие из них, стремясь повысить свой профессиональный уровень, посещают лекции и семинары в российских вузах (на факультетах) экономического профиля. Этот фактор свидетельствует о том, что учебно-профессиональная подсфера общения актуальна для определенного круга иностранных граждан, изучающих русский язык как средство получения экономических специальностей с целью успешного функционирования в роли дипломированных специалистов на российском рынке.

Таким образом, для иностранных специалистов включение в ту или иную сферу общения происходит в зависимости от ряда экстралингвистических факторов, связанных чаще всего с условиями осуществления профессиональной деятельности, реже — с личностными интересами.

Речевое взаимодействие в процессе собственно деловой коммуникации в сфере профессионального общения может осуществляться в рамках одной организации по следующим линиям: начальник — подчиненный, сотрудники с равнозначным должностным положением. Если коммуникация выходит за рамки какой-то одной организационной структуры, то возможны следующие линии речевого взаимодействия: постоянные партнеры, потенциальные партнеры; партнеры, занимающие одинаковое социальное положение; партнеры, занимающие разное социальное положение. Все это влияет на выбор программ речевого поведения, на степень официальности тона общения. В сфере обиходно-делового общения также существует определенная социальная соотнесенность коммуникантов, например: должностное лицо — клиент/посетитель (физическое лицо).

По нашему глубокому убеждению, определение типичных социально-коммуникативных ролей и учет соотнесенности с ними типов речевого поведения актуален при обучении русскому языку как средству делового общения во всех видах и формах его языковой и речевой реа-



лизации. Поэтому с методической точки зрения неоправданным представляется суждение о том, что "...определение "статуса" участников коммуникативного акта и их "ролевых отношений" ... имеет значение прежде всего в разговорной речи, так как в других разновидностях языка и статус и ролевые отношения участников коммуникации выступают только в опосредованном виде или же устанавливаются [...] условно (произвольно), как это происходит в художественных произведениях".<sup>7</sup>

Рассмотренные сферы общения и социально-коммуникативные роли выступают в качестве социального контекста, который определяет использование коммуникантами той или иной стилистической разновидности языка.

Современный социальный контекст позволяет, как указывалось выше, рассматривать феномен "деловое общение" как явление трансфункциональное. Это означает, что деловое общение может осуществляться практически во всех сферах деятельности. Данный экстралингвистический факт требует серьезных исследований в плане функционально-стилистической дифференциации подсистем русского языка, обслуживающих деловое общение. Эта задача на сегодняшний день остается не решенной ни с позиций собственно лингвистики (функциональной стилистики), ни с позиций лингводидактики.

---

<sup>7</sup> Д.Н. Шмелев. Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1977, с.79.