

Отримано: 9 лютого 2019 р.

Прорецензовано: 25 лютого 2019 р.

Прийнято до друку: 1 березня 2019 р.

e-mail: Natali.korotka@gmail.com

DOI: 10.25264/2519-2558-2019-5(73)-294-297

Коротка Н. В. Етико-лінгвістичні особливості ділового телефонного спілкування англійською мовою. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог: Вид-во НаУОА, 2019. Вип. 5(73), березень С. 294–297.

УДК 811.111'217-057.875

Коротка Наталія Володимирівна,
доцент, Державний університет інфраструктури та технологій

ЕТИКО- ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОГО ТЕЛЕФОННОГО СПІЛКУВАННЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

Стаття присвячена дослідженню специфіки ділового спілкування. Особлива увага приділяється етико-лінгвістичним розвідкам у галузі ділового телефонного спілкування. У статті узагальнюються поняття мовного етикету, наводяться його правила; та особливості сучасної ділової етики, наводяться рекомендації щодо ділової телефонної розмови англійською мовою. У статті розглядаються стійкі етикетні вирази, адже дотримуючись правил етикету телефонної розмови, можна демонструвати не тільки свій діловий професіоналізм, а й загальну культуру, освіченість; формули вираження власної думки; моделі ділової телефонної комунікації; також наведені приклади кліше, необхідні для здійснення даного виду спілкування англійською мовою, відповідно до етичних норм ділової телефонної розмови. Стаття робить акцент на майстерності ведення переговорів, яка вимагає не лише індивідуальних якостей, але й етико-лінгвістичної та психо-лінгвістичної підготовки, для того, щоб домогтися максимальної результативності від процесу комунікації.

Ключові слова: моделі ділової телефонної комунікації; етичні норми ділової телефонної розмови; мовні кліше; монологічні та діалогічні форми ділової телефонної комунікації.

Natalia Korotka,
docent, State university of infrastructure and technologies

ETHICAL AND LINGUISTIC FEATURES OF BUSINESS ENGLISH TELEPHONE COMMUNICATION

The article is devoted to the study of the specifics of business communication. Particular attention is paid to ethical and linguistic research in the field of business telephone communication. The article summarizes the concept of language etiquette, provides its rules; discusses the features of modern business ethics, specifies the role of vertical (status) and horizontal (social) distance, provides recommendations for business English telephone conversation. The article deals with stable etiquette expressions, because observing the rules of etiquette of telephone conversation, you can demonstrate not only your business professionalism, but also the general culture, education; formula of expression of your own opinion; models of business telephone communication; the article also provides examples of clichés necessary for the implementation of this type of English communication, according to the ethical standards of business telephone conversation; the author considers the use of a conditional mood for expressing a polite attitude to the respondent, tactics of avoiding straight refusal, which are common depending on a particular English-speaking country. The article focuses on the skill of negotiation, which requires not only individual qualities, but also ethical and linguistic, psychological and linguistic training, in order to achieve maximum effectiveness of the communication process.

Key words: the models of business telephone communication; ethical standards of business telephone conversation; speech clichés; monological and dialogical forms of business telephone communication.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У практиці ділового життя люди прагнуть до досягнення не тільки загальних, але і деяких значущих особистих цілей. Звідси важливо не забувати в ділових відносинах золоте правило моралі: не роби іншому того, чого не хочеш собі.

Незважаючи на всю проблематичність і важкість вибору моральної позиції, у спілкуванні є ряд таких положень, слідувати яким можна в значній мірі полегшити ділове спілкування, підвищити його ефективність і уникнути невдач в процесі спілкування:

- в моралі слід хвалити інших, а пред'являти претензії до себе;
- моральне ставлення оточуючих до нас залежить, в кінцевому рахунку, тільки від нас самих;
- коли мова йде про практичне затвердження норм моралі, основний імператив – почни з себе.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Специфіка ділового телефонного спілкування стала предметом для етико-лінгвістичних розвідок таких вчених як Л. Г. Титова («Технології ділового спілкування») [7], О. В. Соколова («Соціальні комунікації») [6], О. Я. Кибанова, Д. К. Захарова, В. Г. Коновалова («Етика ділових відносин») [3] та ін.

Виділення не вирішених раніше частин проблеми. З огляду на попередні дослідження і враховуючи особливий статус англійської мови в сучасному світі, при формуванні іншомовної комунікативної компетенції особливого значення набувають етико-лінгвістичні особливості ділового спілкування. Врахування цих особливостей дозволяє виявити специфіку ділового мовлення та відобразити лінгвокультурну дійсність мови, що вивчається. Особливості ділового спілкування в англійській мові є досить вивченою темою у вітчизняній лінгвістиці. Тим не менш, на сучасному етапі розвитку лінгвістики, існує недостатньо велика кількість досліджень, що містять в собі аналіз особливостей мови ділового дискурсу в англійських країнах.

Метою статті є розгляд етико-лінгвістичних особливостей ділового спілкування під час телефонної розмови.

Виклад основного матеріалу. Специфіка ділового спілкування обумовлена тим, що воно виникає на основі і з приводу певного виду діяльності, пов'язаної з виробництвом якого-небудь продукту або ділового ефекту. При цьому сторони спілкування виступають у формальних (офіційних) статусах, які визначають необхідні норми і стандарти поведінки людей.

Відмінною рисою ділового спілкування є те, що воно не має самодостатнього значення, не є самоціллю, а служить засобом для досягнення яких-небудь інших цілей. В умовах ринкових відносин – це, перш за все, отримання максимального прибутку.

Вміння спілкуватися по телефону, необхідно кожному. Телефонна розмова – це контактне за часом, але неконтактне у просторі і опосередковане спеціальними технічними засобами спілкування співрозмовників. Відсутність візуального контакту збільшує навантаження на усні мовні засоби взаємодії партнерів за спілкуванням. Ряд незаперечних переваг телефону наступний: швидкість передачі інформації, негайне встановлення зв'язку з абонентом, що знаходиться на будь-якій відстані, безпосередній обмін інформацією у формі діалогу і можливість досягти домовленості, не чекаючи зустрічі; конфіденційність контакту; скорочення паперообігу; економія коштів на організацію контактів інших видів.

Мовний етикет розуміється перш за все як система стійких формул поведінки, інакше кажучи, стереотипних формул, розмовних мовних штампів чи ритуалів [5, с. 12]. Етикет включає в себе всі норми людських взаємин. За допомогою таких правил регулюються взаємодії з оточуючими. Дійсно етикет виражається в різних сторонах людської поведінки. Наприклад, етикетне значення можуть мати різноманітні рухи людини, пози і положення, які він приймає. Найважливішу роль в етикетному вираженні відносин до людей відіграє людська мова.

Специфіка телефонного спілкування визначається, перш за все, фактором неконтактності спілкування. Співрозмовники (абоненти) не бачать один одного, тому з усіх паралінгвістичних факторів у телефонному спілкуванні залишається тільки інтонація. Основний перерозподіл інформативного навантаження відбувається між вербальним рівнем та інтонаційним. Таким чином, інтонація ділового телефонного спілкування настільки ж значима, наскільки значимий і зміст мовлення. Інтонація формує висловлювання і виявляє його зміст, емоційно-експресивний зміст, служить засобом естетичного впливу на слухача, за словами Н. В. Жинкіна, інтонація є «індикатором експресії» та одним з найважливіших способів самоідентифікації і самовираження людини. Вона виконує і синтаксичну функцію: вказує кінець фрази, її закінченість або незакінченість, то, до якого типу відноситься речення, чи містить воно питання, вигук або розповідь. У письмовій мові про синтаксичну роль інтонації читач дізнається за знаками пунктуації. Інтонація відноситься до паралінгвістичних (тобто невербальних) засобів спілкування [2, с. 54].

Під час спілкування по телефону можна почути інтонацію загрози, роздратування, нерішучості, співчуття, участі, зацікавленості. Навіть односкладові реактивні репліки можуть бути вимовлені по-різному. Особливо значимий інтонаційний малюнок початку і кінця спілкування. Початок і кінець бесіди закріплюють весь спектр позитивних емоцій: оптимізм, впевненість у своїх позиціях, доброзичливість і повагу до співрозмовника.

На думку К. Перно, етикет являє собою одну з форм комунікації: «Етикет – це перш за все комунікація через її природу, тому що вона, по суті, оперує, як мова, за допомогою обміну умовними знаками, розробленими у відповідності з особливою сполучуваністю» [5, с. 8].

Не існує якихось певних правил етикету, яких треба дотримуватися при використанні телефону, однак, завдяки спостереженням психологів, практичному досвіду і аналізу результатів багатьох бесід можна виділити певні дії, які етикет приймає чи заперечує.

1. Слід утриматися від гучних особистих розмов у громадських місцях і на роботі, інакше можна поставити оточуючих в незручне становище, змушуючи вислуховувати інтимні подробиці вашого життя.

2. Не варто включати телефон на гучний зв'язок, якщо не попередили про це співрозмовника. Така ситуація може створити несприятливі наслідки. Але в першу чергу це прояв поваги до людини на іншому кінці лінії.

3. Важливо уважно ставитися до вибору мелодії дзвінка. Краще не ставити на дзвінок занадто гучні, агресивні і дратівливі мелодії, адже поруч можуть виявитися люди зі слабкою нервовою системою.

4. Необхідно вимикати звук у телефону, перебуваючи на нарадах, зборах, в закладах культури, а також в тих місцях, де така вимога прописана правилами поведінки.

5. Не можна поєднувати телефонну розмову та прийом їжі. Це ускладнює розуміння, висловлює неповагу до співрозмовника.

6. Потрібно уважно ставитися до часу. Ранній Ранок, пізня ніч – це не найвдаліші періоди для розмови навіть з найближчою людиною.

Етику ділового спілкування можна визначити як сукупність моральних норм, правил і уявлень, що регулюють поведінку і відносини людей в процесі їх виробничої діяльності. Вона являє собою окремий випадок етики взагалі і містить в собі її основні характеристики.

Ділова етика базується на повазі інтересів не тільки своєї фірми, а й партнерів, клієнтів суспільства у цілому. Дане правило поширюється також на конкурентів забороняється завдавати їм шкоди прийомами, що виходять за рамки конкурентної боротьби. Етика виступає за отримання благ максимальним числом учасників ринку і рівні можливості доступу до них.

Основа сучасної ділової етики – соціальний контракт (неформальна угода компанії та її зовнішнього оточення про єдині норми поведінки) і соціальна відповідальність фірми (максимальне використання її переваг та зведення до мінімуму недоліків, які зачіпають як учасників бізнесу, так і суспільство у цілому).

Для етикету і для ввічливості ключовими є поняття вертикальної (статусної) і горизонтальної (соціальної) дистанції. Горизонтальна дистанція показує ступінь соціально-психологічної близькості між комунікантами, вона може змінюватись в широкому діапазоні, в результаті чого відносини між співрозмовниками можуть відрізнятися різним ступенем дистантності (від формальних до інтимних). Вертикальна дистанція показує ступінь соціальної нерівності, що розділяє співрозмовників, викликаний тим, що один партнер комунікації володіє більшою владою, ніж інший [4, с. 46].

Ділова бесіда по телефону – найшвидший діловий контакт і особливе вміння. Телефонне спілкування має велике значення, адже це найпростіший спосіб встановлення відносин; телетайпи, факси лише доповнюють їх. Вміння ділових людей вести телефонну комунікацію впливає і на їх особистий авторитет, і на репутацію організації, яку вони представляють. Підраховано, що кожна розмова по телефону триває в середньому від 3 до 5 хвилин. Отже, в цілому, наприклад, керівник втрачає в день на телефонне спілкування близько 2 – 2,5 годин, а іноді – від 3 до 4,5 годин. Телефонні дзвінки порушують

нормальний режим роботи, розбивають робочий день на короткі відрізки часу середньою тривалістю 10 – 30 хвилин, що не дозволяє зосередитися на проблемах.

Близько 60 % розмов припадає на першу половину дня. У цій зв'язці потрібно не тільки вміти вести коротку розмову, але й миттєво перебудовуватися, швидко реагуючи на різних партнерів і на різні теми. Крім плану, учасник телефонної бесіди повинен знати, які документи для розмови йому будуть потрібні (картотека клієнтури, проспекти, звіт, акти, кореспонденція тощо). При необхідності потрібно підготувати все для запису інформації. Слід, знявши трубку, представитися, обов'язково дізнатися, чи є у співрозмовника час на розмову (якщо немає, запитати дозволу передзвонити, уточнивши коли). Важливо налаштуватися на позитивний тон, намагатися прямо не заперечувати співрозмовнику, слухати його не перебиваючи, ефективно використовувати паузу, уникати монотонності власної мови. Якщо співрозмовник вас не зрозумів, треба терпляче пояснити сказане, а в кінці розмови уточнити перспективи подальшої співпраці.

Основа успішної ділової телефонної розмови – компетентність, тактовність, доброзичливість, володіння прийомами ведення бесіди, прагнення оперативно і ефективно вирішити проблему або надати допомогу в її рішенні. Спокійний, ввічливий тон ділової телефонної розмови завжди викликає позитивні емоції. А, на думку психологів, позитивні емоції тонізують діяльність головного мозку, сприяють раціональному мисленню. До 40 % інформації можуть нести тон, інтонація. Якщо ваш співрозмовник проявляє схильність до суперечок, висловлює в різкій формі несправедливі закиди, в його тоні звучить зарозумілість, то слід набратися терпіння і не відповідати йому тим же. Якщо є можливість, то потрібно перевести розмову у спокійний лад, частково визнати правоту співрозмовника, постаратися зрозуміти мотиви його поведінки і коротко викласти свої аргументи.

Треба також пам'ятати, що телефон посилює недоліки мови: швидка або уповільнена вимова слів ускладнює сприйняття. Якщо в розмові зустрічаються назви міст, імена власні і т. п., які важко сприймати на слух, краще вимовляти їх по складах або навіть передавати по буквах.

Розмова по кожній темі повинна закінчуватися питанням, що вимагає однозначної відповіді. Після закінчення телефонної розмови необхідно проаналізувати і зміст, і стиль розмови, а також свої враження: знайти вразливі місця в розмові, постаратися зрозуміти причини помилок.

Мовна взаємодія при телефонній комунікації може відбуватися в двох формах: діалогу і монологу. Монологічні телефонні взаємодії найчастіше характерні для офіційно-ділової комунікації, що відбиває ієрархічні взаємодії: керівні вказівки, розпорядження, повідомлення інформаційного характеру. Відповідні репліки необхідні для підтвердження прийняття повідомлення. У телефонній офіційно-діловій комунікації можливий обмежений діалог, з метою уточнення окремих змістовних позицій повідомлення. Діалогічні телефонні переговори мають різноманітні форми, обумовлені відмінностями в цілях, умовах і статусними відмінностями комунікантів. Існують стійкі моделі мовної поведінки учасників телефонної комунікації, головними компонентами яких є ініціальні (початкові) і заключні репліки, що формують етико-лінгвістичні рамки переговорів. Нижче наведемо модель переговорів.

До типових фраз адресанта можна віднести: подання особистості абонента або організації; позначення теми / приводу розмови, виклад проблеми / положень; проведення діалогу (основна частина розмови); підбиття підсумку переговорів з допомогою висловлювань, які мають характер висновку; констатація факту, прийнятого обома сторонами переговорів; ритуальне оформлення завершення розмови (прощання, узгодження подальших дій).

Фрази адресата містять: відповідь на вітання; називання свого імені або найменування організації; вираз готовності до ведення переговорів; підтвердження отримання інформації та вербалізований вираз її розуміння; надання адресанту можливості викласти необхідну інформацію повністю; наявність емоційно-інтонаційного забарвлення, що свідчить про позитивне ставлення до адресанта.

Нижче вказані практичні рекомендації англійською мовою, відповідні до етики ділового телефонного спілкування:

1. Співробітник, який взяв трубку, привітає того, хто телефонує: «Good morning / afternoon / evening», «Hello».
2. Далі співробітник називає фірму / прізвище. Якщо організація досить велика, то прийнято називати відділ. Вище керівництво фірми, якщо дзвінок мине секретаря, зазвичай називає тільки своє прізвище.
3. Не тактовно відповідати на будь-яке питання категорично «ні», навіть якщо це повністю відповідає дійсності. Слід говорити: *I'm sorry, we don't sell on credit, but I can offer you other convenient forms of selling our goods for the buyer, for example...*
4. Якщо той, хто телефонує, запитує співробітника, якого в даний момент немає, не можна відповідати: *He isn't at the office*, – та класти трубку. Треба дати більш повну відповідь: *This employee isn't on his working place now, but maybe I can do something for you?*
5. Якщо дзвінок продзвонів в обідній час, то слід відповісти наступним чином: *We are having a lunch break so I ask you to call back a little bit later*.
6. Вживання умовного способу дієслова (в англійській мові – це модальне дієслово *could*) для вираження ввічливого прохання: *Could I be of any help for you?*

Лексичні, морфологічні та синтаксичні особливості ділової мови визначаються основними рисами ділового дискурсу і варіюються в залежності від жанру і змісту ділового документа або висловлювання, тобто в залежності від приналежності останнього до тієї чи іншої галузі державної та громадської діяльності.

Для лексики ділового дискурсу характерне широке використання професійної термінології (правової та ін.): *aclaim, acode, legalcapacity*.

Характерною особливістю ділового дискурсу є вживання стійких словосполучень та стійких груп, стандартних оборотів:

- стійкі словосполучення, наприклад: *criminally liable, in pursuance of, to inflict punishment, to compromise an action; a criminal case, directorate of public prosecutions, investigatory powers* слідчі органи;
- широке використання канцеляризмів: *the undersigned, properly signed, the following*;
- вживання відомчих слів *adept, arecord book, awarrant* [8, с. 79].

Діловий дискурс реалізується наступними мовними засобами:

– модальними дієсловами (*would you be so kind, we should also be obliged*);
– дієсловами-наказами (*I insist on*), спонукання (*we kindly ask you to, we you to request*), безособовими конструкціями (*referring to our telephone conversation*) [1, с. 52]

Усне ділове спілкування, зважаючи на специфічність сфери вживання, також містить у собі і унікальні, що відображають, найчастіше, деякі національні, ментальні категорії, які виражаються, в першу чергу, в усному мовному спілкуванні при різноманітних ділових ситуаціях. Вибудовуючи процес усного ділового спілкування, респонденти як в англomовних країнах, які беруть участь у процесі обговорення та комунікації, становлять у своїй взаємодії наступні невід’ємні частини усного ділового спілкування:

- етикетна рамка (формули вітання в діловому спілкуванні і завершення процесу комунікації: *Good morning/day/evening!*», *«Morning! Evening!»*, *«Solong!»*);
- етикетний каркас (формули, що відповідають за ввічливе підтримання процесу комунікації, управління ним, формули типових ділових реплік і реакцій на них: формули прохання: *Could you please... Would you mind if... Unfortunately, With pleasure... but I can't, I'm afraid... I'm afraid it's impossible, I'm obliged to forbid...*);
- етикетні включення (спеціальна інформація, яка присутня в контексті ділового спілкування і використання якої визначено тематикою спілкування).

Ще однією рисою усного ділового спілкування є допустимий вираз суб’єктивності в судженнях, яка також по-різному виражається в англomовному діловому дискурсі. Для того, щоб уникнути непорозуміння в процесі обговорення своїх точок зору, англomовні бізнесмени та люди, залучені в сферу усного ділового спілкування, часто використовують особисті речення такого типу: *«I think these genda needs to bere formed»* або *«To my mind there is some misunderstanding between our parties»*. Як ми бачимо, тут вираз суб’єктивності точки зору висловлюється більш підкреслено, цим досягається максимальна ввічливість при повідомленні критики або висловлення незгоди з висловленою точкою зору, а також висловлюється особиста думка мовця з відповідним прийняттям відповідальності за свої слова.

Для англійського усного спілкування характерна ухильна стратегія відмови, яка покликана максимально пом’якшувати незручність, викликана необхідністю відкидати пропозицію опонента. Для англomовного ділового спілкування характерні стратегії ввічливої відмови, які отримують своє поширення в залежності від тієї чи іншої англomовної країни: *«I'm afraid there is a little possibility of accepting your proposal due to the current circumstances. Unfortunately there is no opportunity for us to compromise»*. Включення до англomовної фрази вступних слів ввічливого усного спілкування: *«I'm afraid»* та *«Unfortunately»* роблять загальне сприйняття наведеної фрази конструктивним.

Для англomовного ділового спілкування характерне використання займенника *«you»*, значення якого розуміється скоріше виходячи з екстралінгвістичних особливостей спілкування: з урахуванням сформованих взаємин між співробітниками, з урахуванням специфіки ділового спілкування і характеру комунікативного процесу.

Висновки. Таким чином, ми визначили, що діловий дискурс відноситься до одного з функціональних стилів мови, і характеризується більшою точністю, номінальністю висловлювань та письмових зворотів, які не передбачають наявності будь-якого вторинного, символічного дискурсу. Основним завданням ділового дискурсу є максимально коротке, ясне і лаконічне встановлення прийнятних взаємин в конкретних сферах людської діяльності: бізнесі, торгівлі, політиці, судочинстві тощо.

Незважаючи на те, що телефон став звичним комунікаційним засобом, майстерність ведення переговорів – явище вкрай непросте та вимагає не лише індивідуальних якостей, але й етико-лінгвістичної та психо-лінгвістичної підготовки, щоб домогтися максимальної результативності від процесу комунікації. Дотримуючись правил етикету телефонної розмови, ви демонструєте не тільки свій діловий професіоналізм, а й загальну культуру, освіченість.

Ми визначили, що до етико-лінгвістичних особливостей усного спілкування у діловому дискурсі відносяться стійкі етикетні вирази, характерне використання суб’єктивних формул вираження власної думки, вживання умовного способу для вираження ввічливого ставлення до респондента навіть у разі відмови або рекламації, а також широке використання різноманітних тактик відходу від прямолінійної відмови, які поширені в залежності від тієї чи іншої англomовної країни.

Література:

1. Басс Э. М. Научная и деловая корреспонденция. Английский язык. Москва: Наука, 2011. 176 с.
2. Жинкин Н. И. Интонация речи в связи с общими проблемами экспрессии: дис. ... канд. пед. наук. Москва, 1946. 382 с.
3. Кибанов А. Я., Захаров Д. К., Коновалова В. Г. Этика деловых отношений: учебник / под ред. Кибанова А. Я. Москва: ИНФРА-М, 2002. 368 с.
4. Ларина Т. В. Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации (на материале английского, французского и русского языков) : дис. д-ра филолог. наук. Москва: РУДН, 2003. 495 с.
5. Овчинникова Г. В. Формулы вежливости во французском и русском языках как информационный запас переводчика. *Вестник Челябинского госуниверситета*. Челябинск, 2011. С. 236–243.
6. Соколов А. В. Социальные коммуникации: учебник. Санкт-Петербург: Профессия, 2001. 224 с.
7. Титова Л. Г. Технологии делового общения. Москва: Юнити-Дана, 2008. 240 с.
8. Friedman J. P. Dictionary of Business Terms. New York: NY Publishing, 2007. 923 p.