

РЕЧЕВАЯ КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Черникова Н.В.,
доктор филологических наук,
профессор кафедры социально-гуманитарных дисциплин,
ФГБОУ ВО «Мичуринский государственный аграрный университет»,
г. Мичуринск, Россия

Аннотация. Успех общения в деловой сфере зависит от того, насколько участники общения владеют правилами речевого поведения. В статье рассматриваются нормативный, этический коммуникативный аспекты общения в деловой сфере. Особое внимание уделяется владению нормами литературного языка, в числе которых орфоэпические, лексические, грамматические.

Ключевые слова: деловое общение, культура речи, нормативный аспект, коммуникативный аспект, этический аспект, литературные нормы.

«В настоящее время рамки делового общения расширяются. Светское общение становится неотъемлемой составляющей делового общения. Презентации, рауты, приёмы входят в деловое общение и требуют от деловых людей умения вести светскую беседу, поддерживать разговор на соответствующие темы, сделать комплимент даме, произнести тост и т.п.» [5, с. 250].

Эффективность общения в официально-деловой сфере, как и в других сферах коммуникации, зависит от того, насколько участники общения владеют культурой общения, этикетом, в том числе речевым. Культура общения предполагает единство трёх аспектов речевой культуры – нормативного, этического, коммуникативного.

Нормативный аспект связан с соблюдением норм русского литературного языка. Норма – это «совокупность наиболее устойчивых традиционных реализаций языковой системы, отобранных и закреплённых в процессе общественной коммуникации» [1, с. 33]. Нормы охватывают всю языковую систему (орфоэпические, лексические, грамматические нормы) и все функциональные стили (стилистические нормы). Этический аспект речевой культуры связан с соблюдением правил речевого этикета. Коммуникативный аспект является решающим в достижении эффективности коммуникации. Он предполагает отбор языковых средств с учетом ситуации, обстановки, целей, сферы общения и адресата речи.

Единство нормативного, этического и коммуникативного аспектов речевой культуры дает возможность осуществлять оптимальное общение, обеспечивает взаимодействие всех партнеров по общению, создает благоприятную атмосферу для достижения целей коммуникации [2, с. 139].

Прежде всего, речевая культура делового общения предполагает безупречное владение литературным языком и его нормами. Рассмотрим отдельные из них.

Нормы речевого общения – это нормы литературного языка. Они строго кодифицированы, т.е. систематизированы, унифицированы и описаны в словарях, справочниках, учебниках, учебных пособиях. Нормы литературного про-

изношения в деловой сфере требуют полного проговаривания слогов. Это правило прежде всего относится к именованию лиц в обстановке официального общения. Не *Пал Саныч*, а *Павел Александрович*, не *Сан Степаныч*, а *Александр Степанович*.

Для любого человека в официальной обстановке речь является визитной карточкой. Поэтому юристы не должны говорить *приговор*, *обысков*, *осужденный*, вместо *приговор*, *обысков*, *осуждённый*. Делопроизводители не должны употреблять *квартал*, *обеспечение* вместо *квартал*, *обеспечение*. В речи работников сельского хозяйства не должны звучать *агрономия*, *зоотехния* вместо *агрономия*, *зоотехния*.

Лексические (или словообразовательные) нормы – это употребление слов в речи в соответствии с теми значениями и в тех сочетаниях, которые закреплены в языке. Нарушены нормы лексической сочетаемости в следующих примерах: *львиная часть*, *играть значение*, *крайний проект*. Нужно: *львиная доля*, *играть роль*, *иметь значение*, *последний проект*.

В устном деловом общении нечасто употребляются термины, специфические книжные слова и обороты, в связи с этим в устной деловой речи возникает система дублирования терминологических и других книжных единиц, используемых в документах. Термины нередко заменяются профессионализмами и разговорными словами. Например: *арендовать помещение* (в письменной речи) – *снимать помещение* (в устной речи), *прейскурант* (в письменной речи) – *список* (в устной речи), *наличные деньги* (в письменной речи) – *живые деньги* (в устной речи).

В устной деловой речи используются сокращенные (усечённые) варианты экономических и юридических терминов: *наличные деньги* (в письменной речи) – *нал* (в устной речи), *сертификат качества* (в письменной речи) – *сертификат* (в устной речи), *налоговая инспекция* (в письменной речи) – *налоговая* (в устной речи).

В последние десятилетия в устную деловую речь активно проникает разговорно-просторечная и даже жаргонная лексика, часто имеющая терминологиче-

ские соответствия. Например: *неучтённые деньги* (в письменной речи) – *чёрный нал* (в устной речи), *наценка* (в письменной речи) – *накрутка* (в устной речи), *распродается* (в письменной речи) – *товар уходит* (в устной речи).

Как в устной, так и в письменной деловой речи часто используются вводные и вводно-модальные слова и сочетания (*по всей вероятности, должно быть, несомненно, значит*), устойчивые десемантизированные выражения (*по сути дела, если сказать откровенно*) и т.п. Такие обороты, как правило, ничего содержательного в речь не вносят, их следует избегать.

Ситуация делового общения может быть строго официальной (это протокольные виды делового общения), официальной (это непротоколируемое деловое общение в рабочей обстановке) и неофициальной (это деловое общение в нерабочей обстановке) [3, с. 176].

Первый и второй типы делового общения предполагают особую строгость в выборе употребляемой лексики. Недопустимо в условиях делового общения употребление просторечной лексики: *угробить, брякнуть, надуть* и т.п. Используя такие слова в деловой сфере, человек не достигнет желаемых результатов, так как такая лексика негативно характеризует говорящего.

«Высокая степень жаргонизации не только устной, но и письменной речи – одна из отрицательных тенденций нашего времени» [4, с. 56]. В официальном общении недопустимо использование жаргонной лексики. Сложность заключается в том, что партнеры по общению часто не обращают внимания на стилистическую окраску используемых слов. Так, для людей с недостаточно высоким уровнем речевой культуры слова *разборка, беспредел, наехать, кинуть* – обычная лексика, лишенная стилистической окраски сниженности.

Грамматические нормы – это правила использования морфологических форм слов разных частей речи и правила построения синтаксических конструкций. Грамматические нормы едины для письменной и устной речи. Однако существует специфика структуры устного высказывания, где нередко спонтанно возникает перестройка по ходу речи, существуют оговорки, сомоперебивы. Эти особенности устной речи не являются ошибками.

В устной речи длина предложения не должна быть слишком большой. Иначе собеседнику будет трудно понять смысл высказывания.

Нередко осложняют устную речь однородные члены, вводные слова, наименее характерны для устного делового общения причастные и деепричастные обороты, которые придают речи книжный характер и поэтому используются в условиях строгого официального общения. Они входят в состав клише, т.е. стандартных выражений деловой речи: *учитывая прежние договоренности.., в свете решений, принятых правительством..; по причинам, не зависящим от нас...* и т.п.

Показатель низкой речевой культуры – использование во время официального общения просторечных форм числительных и местоимений: *двухста участников* вместо *двухсот участников*, *обои программы* вместо *обе программы*, *ихняя*, *ихние* вместо *их*, *у ней* вместо *у нее* и т.п.

Нередко в устной деловой речи возникают ошибки в употреблении форм сравнительной степени прилагательных: *...эти факты выглядят более убедительнее, хотелось бы быть более решительнее.*

Часто ошибки в официальной речи возникают из-за нарушения синтаксических связей, неправильного выбора падежных форм и предлогов. Одна из самых распространенных грамматических ошибок в устной деловой речи – расширительное употребление предлога *о* в качестве семантически не мотивированного связочного средства. В деловой речи использование предложного падежа с предлогом *о* нормативно закреплено за рядом словосочетаний: *отчет о командировке, сведения о регистрации, дело о поджоге, справка о доходах* и др. В остальных случаях употребление несогласованных определений в форме родительного падежа с предлогом *о* считается ошибкой: *проект об открытии памятника* (неправильно) – *проект открытия памятника* (правильно), *программа о погашении кредита* (неправильно) – *программа погашения кредита* (правильно), *факт о даче взятки* (неправильно) – *факт дачи взятки* (правильно).

Ненормативным является использование в сложноподчинённых предложениях без учёта реального управления глагола указательного местоимения *о том* с

союзом *что*: *решил о том, что...* (неправильно) – *решил, что...* (правильно),
утверждает о том, что... (неправильно) – *утверждает, что...* (правильно) и т.п.

Таким образом, главными показателями культуры делового общения являются правильность (т.е. соблюдение норм литературного языка) и коммуникативная целесообразность.

Список литературы

1. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Основы речевой коммуникации. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 272 с.

2. Ипполитова Н.А. Русский язык и культура речи / Н.А. Ипполитова, О.Ю. Князева, М.Р. Саввова. – М.: Проспект, 2006. – 440 с.

3. Колтунова М.В. Деловое общение: Нормы. Риторика. Этикет: учеб. пособие. – М.: Лотос, 2005. – 312 с.

4. Черникова Н.В. Актуальные проблемы культуры речи: от В.В. Виноградова до наших дней // Экология языка: сб. ст. VIII Междунар. науч. конф. (г. Пенза, 17 апреля 2015 г.) / под ред. Е.Н. Сердобинцевой. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2015. – С. 52 – 59.

5. Черникова Н.В. Типы речевой культуры в сфере делового общения // Актуальные проблемы науки и образования: сб. ст. по итогам науч.-иссл. и инновац. работы Социально-педагогического института ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ за 2017 год / под общ. ред. В.Я. Никульшина. – Мичуринск: Изд-во Мичуринского ГАУ, 2017. – С. 249–251.

SPEECH CULTURE OF BUSINESS COMMUNICATION

Chernikova N.V.,
Doctor of Philology,
Professor of the Department of Social and Humanitarian Disciplines,
FGBOU VO «Michurinsk state agricultural university»
Michurinsk, Russia

Abstract. The success of communication in the business sphere depends on how much the participants in the communication have rules of speech behavior. The article deals with the normative, ethical communicative aspects of communication in the business sphere. Particular attention is paid to mastering the norms of the literary language, including orthoepic, lexical, grammatical.

Key words: business communication, speech culture, normative aspect, communicative aspect, ethical aspect, literary norms.