

термин изолированно, как правило, не употребляется, а контекст всегда помогает при верном его истолковании.

УДК 811.1181-373.7

Сліпченко Л. Б.

**ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», м.Полтава
ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ, ЛІНГВІСТИЧНІ ТА КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ
ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОЦЕСІ
НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ
І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

У статті розкрито сутність англomовної ділової комунікації, зокрема ділової телефонії, в процесі навчання студентів готельно-ресторанної справи та туристичного бізнесу. Визначено психолінгвістичні, лінгвістичні й культурологічні особливості телефонної комунікації задля зниження ризику виникнення комунікативних непорозумінь із представниками англomовного соціуму.

Ключові слова: психолінгвістичні, лінгвістичні та культурологічні особливості, англomовна ділова комунікація, ділова телефонія.

В статтє раскрыта сущность англоязычной деловой коммуникации, в том числе деловой телефонии, в процессе обучения студентов ресторано-гостиничного и туристического бизнеса. Определены психолингвистические, лингвистические и культурологические особенности телефонной коммуникации для снижения риска возникновения коммуникативных недоразумений с представителями англоязычного социума.

Ключевые слова: психолингвистические, лингвистические и культурологические особенности, англоязычная деловая коммуникация, деловая телефония.

The article describes the essence of English business communication, in particular, Business Telephoning in the process of teaching students in the field of Tourism and Hospitality. The psycholinguistic, linguistic and cultural characteristics of telephone communication are determined in order to reduce the risk of communicative misunderstandings with representatives of the English-speaking society.

Keywords: psycholinguistic, linguistic and cultural characteristics, English business communication, Business Telephoning.

Туристичний і готельно-ресторанний бізнес розвиваються стрімкими темпами й тому є перспективним видом діяльності для більшості українських випускників ВНЗ. Англomовна ділова комунікація надзвичайно важлива і соціально значуща сфера професійної підготовки, що забезпечує формування професійно-орієнтованої компетентності в процесі навчання фахівців готельно-ресторанної справи (ГРС) і туристичного бізнесу (ТБ).

Мета статті – визначити психолінгвістичні, лінгвістичні та культурологічні особливості англomовної ділової комунікації, зокрема ділової телефонії.

Практично всі праці українських і російських дослідників у галузі ділової комунікації та методики навчання усного ділового спілкування визначають необхідність підготовки фахівців ГРС та ТБ до здійснення англomовної ділової комунікації по телефону [1; 2; 4; 7]. На таку необхідність указують кілька чинників. По-перше, більшість авторів, які розглядають навчання ділового спілкування, містять тематичний блок “Телефонні розмови” як невід’ємний компонент

іншомовної підготовки бакалаврів різноманітних спеціальностей [2; 3; 4; 5; 7]. По-друге, згідно з вимогами Програми з англійської мови для професійного спілкування майбутній фахівець має “вміти телефонувати для досягнення конкретних цілей академічного і професійного характеру, розуміти в деталях телефонні розмови, які виходять за межі типового спілкування” [6, с. 9]. По-третє, як свідчать результати проведеного нами опитування фахівців у сфері ГРС і ТБ, 78 осіб із 87 опитуваних (89,6%) спілкуються по телефону із зарубіжними партнерами, 80 осіб (91,9%) указали на те, що їм бракує вмінь вести телефонні розмови англійською мовою.

Вісімдесят сім опитуваних респондентів вважають удосконалення вмінь англомовної ділової комунікації по телефону значущим аспектом для подальшого професійного зростання через проходження спеціальних тренінгів і семінарів. Із наведених труднощів, що виникають у процесі спілкування по телефону з іноземними партнерами, 72 особи (82,7%) зазначили сприйняття специфічної телефонної термінології, специфічної лексики, 66 (75,8%) відчували себе не завжди готовими до “вхідного” дзвінка, 64 (73,5%) указали на те, що їм важко починати розмову без зорового контакту та залишати повідомлення на автовідповідач.

Серед чинників, які ускладнюють процес сприйняття і розуміння автентичних телефонних розмов, вагоме місце посідає наявність опосередкованого каналу комунікації – телефону та комунікативних шумів. Тому на підготовчому етапі навчання бажано відразу ж використовувати фонограми, які містять зовнішні шуми. З методичної точки зору, наявність зовнішніх перешкод у процесі реальної телефонної комунікації зумовлює необхідність навчання спеціальних шаблонних реплік (“*I’m sorry, I can’t hear you well. Could you speak up?*”, “*We might get cut off any minute now...*”) у разі виникнення технічних перешкод, відпрацювання достатньої кількості реплік, що слугують для лаконічності й чіткості пояснення перерваності зв’язку, пошкоджень на лінії.

Англомовна комунікація по телефону в діловій сфері має спеціальні стильові риси, і тому повідомлення в ній реалізуються через добір притаманних та прийнятних для неї стилістично-дотриманих лінгвістичних (мовних) засобів. Наприклад, цілком прийнятне таке кліше як: “*Can I help you?*”, але ні в якому разі: “*What can I do for you?*”. Припустимо сказати у випадку технічних перешкод: “*It’s a terrible line. Let me call you back,*” а говорити щось на кшталт: “*What is wrong with the line? I don’t believe, it’s so hopeless*” є стилістично неприйнятним. На репліку “*Could I speak to Marta Owen, please?*” стилістично правильною буде відповідь: “*Who’s calling?*”, а відповідь: “*What’s your name?*” не є нормативною.

Наведені мовленнєві засоби є цілком стандартними в англомовному соціумі та іноді не мають еквівалентів в українськомовній телефонній комунікації, що і спричинює комунікативні перешкоди й небажану комунікативну поведінку в процесі ведення телефонних розмов з англомовними учасниками. Так, характерна для українськомовної комунікації по телефону фраза “*Слухаю!*” має англомовний еквівалент “*Speaking!*”. Це означає, що мовні засоби в повідомленні є регламентованими, зумовленими усталеною комунікативною поведінкою як мовця, так і слухача. Ще одним прикладом може бути ситуація, коли телефонуючи до офісу будь-якої британської компанії, перше, що почує той, хто телефонує, після вітання секретаря, буде номер телефону організації, куди надійшов дзвінок, або назва компанії, щоб можна було не продовжувати розмову, якщо був неправильно набраний номер. У цьому плані деякі автори виділяють види неприйнятної

поведінки (*'some behaviours that can be considered rude in business telephoning'*) [9, с. 321] та надають практичні рекомендації щодо ефективності її ведення [11, с. 442–444; 10, с. 145–157].

У цілому наведені приклади вказують на високий рівень культурної обумовленості комунікації по телефону в будь-якому соціумі. Але можна також стверджувати, що культура мовлення в англomовному соціумі є більш регульованою/регламентованою і відрізняється чіткішими культурологічними параметрами, аніж така комунікація в україномовному соціумі. Так, у англomовній телефонній комунікації фрази *"Sorry, I didn't quite catch that"*, *"Sorry, did you say... or...?"*, *"Would you mind repeating it for me, please"* є типовими для корегування почутої інформації, а еквівалентом такого уточнення в українськомовній комунікації є *"Не зрозумів, повторіть будь ласка"*. Для з'єднання з потрібною людиною по телефону нормативними репліками в англomовній комунікації є *"Would you hold on, please?"*, *"Hang on for a moment and I'll put you through"*, установленням такого ж з'єднання в україномовній комунікації є багато фраз, які не є чітко сформульованими і стилістично витриманими, а саме: *"Зачекайте, з'єдную"* *"Хвилинку"*, *"Заждіть"* і таке інше. Культура мовлення в англomовному соціумі зумовлює використання *"Yes, of course"*, *"Yes, certainly"* для підтвердження або згоди, а також *"I'm sorry"*, *"I'm afraid"* для передачі неприємної інформації слухачеві, як у фразах *"I'm sorry, the line is engaged/busy"*, *"I'm afraid, there is no answer"*, *"I'm sorry, he's not available at the moment"* та потребує вживання стандартних реплік для передачі повідомлення *"Can I take a message?"*, *"Would you like to leave a message?"*. Мовленнєві засоби для вираження такої інформації в українськомовному соціумі не вимагають чітких параметрів у висловлюваннях на кшталт *"Ніхто не відповідає"*, *"Нікого немає"*, *"Щось передати?"*.

З наведених прикладів можна стверджувати, що українськомовному комуніканту в разі ведення ділової комунікації по телефону з представниками англomовного соціуму потрібно дотримуватися певних культурологічних параметрів, які доречні в культурі телефонного спілкування англomовного соціуму.

Важливим фактором, що впливає на ефективність, специфічність, своєрідність, оригінальність телефонної комунікації, є наявність спеціальних понять з телефонії, тобто спеціального термінологічного апарату (*'memo messages'*, *'call screening'*, *'message indicator'*, *'remote access'*, *'digital recording'*, *'a reference number'*, *'a message pad'*, *'unobtainable number'*, *'a call connect system'*, *'phone directory'*, *'unwanted calls'*, *'subscriber'*, *'extension'*, *'cross-talk'*, *'off the hook'*).

Розглядаючи стильові риси діалогової комунікації, варто зазначити, що, крім загальних характеристик (лаконічність, стислість) офіційно-ділового стилю, телефонним розмовам як різновиду діалогової комунікації притаманні такі стилістичні параметри як ситуативність, стандартизованість і стереотипність висловлювань.

Готові фрази, мовленнєві формули відповідають певному комунікативному наміру висловлювання (наприклад, згода/незгода) і виконують таким чином комунікативні функції в рамках певного ситуативного контексту (наприклад, ідентифікація співрозмовників по телефону, коли учасники спілкуються вперше; прохання запросити до телефону потрібну людину; запит/уточнення інформації щодо бронювання квитків, готелю; передача/запис повідомлення; завершення телефонної розмови).

Стандарти комунікативної поведінки (термін за Н. К. Скляренко, О. Б. Тарнопольським) [8] при веденні телефонної комунікації в англomовних країнах потребують обов'язкового питання до співбесідника: *“Could you hold the line, please, to check if he is in?”* або *“May I take a message?”* або *“Would you like to leave a message?”*, якщо останній телефонує з нагоди поспілкуватися з третьою особою, яка в даний момент відсутня.

Як приклади з питання, що розглядається, наведемо також деякі стандартні повідомлення оператора або автовідповідача: *“Good morning! Sun Rise travel agency!”*, *“Thank you for calling. The agency is closed at the moment but you can leave a message after the beep if you wish or please call back between 9 a.m. and 5 p.m. Monday to Friday.”*, *“You have reached 553-347-2109. We are not available right now. Please leave a message at the sound of the tone. Thank you”*. Ці приклади демонструють певні мовленнєві стандарти, які відображають стандарти комунікативної поведінки, притаманні діловій телефонній комунікації (*‘business telephoning’*) у Великобританії та США, на відміну від України чи Росії.

Можна наводити ще багато таких стандартів і відмінностей, але в цілому достатньо зазначити, що партнери по діловій комунікації виступають у статусних ролях, які визначають нормативні й етичні критерії. Але коли ці партнери належать до різних культур, кожен із них привносить у спілкування притаманні лише його культурі стандарти й особливості ведення будь-якої діяльності. Таким чином виявляються культурні розбіжності в цінностях, намірах, діях, а також їхніх інтерпретаціях. Усе це постійно заважає кооперації у веденні справ загалом і успішної ділової комунікації по телефону зокрема, тому що обидва партнери перебувають під “тиском успіху”, якого необхідно досягти в ситуаціях телефонних бесід і домовленостей. У зв'язку з цим, чим більше усвідомлюються стандарти, лінгвістичні та культурні особливості ведення ділової комунікації по телефону, які можуть характеризувати партнера з комунікації-представника іншої культури, тим більше сподівань на успіх ділової комунікації по телефону.

У цьому плані надзвичайно важливо в навчанні знаходити такі культурно обумовлені форми телефонних висловлювань, які б не викликали культурно обумовленої негативної реакції партнера, не спричинили образи. Так, для англomовного усного мовлення неприйнятні й образливі зовнішньо категоричні форми незгоди та спростовування почутого. Прикладами “завуальованої”, а не прямої незгоди або спростування можуть бути: *“You see, when you asked us to make immediate delivery, we did all we could to meet your request.”*, *“I know Gregg’s done a very good job, but we need these figures right now”*, *“I would appreciate if everyone could switch off their cell phones. We have a lot of important things to discuss and we don’t want to be interrupted”*, *“I’m sorry to disturb you. We don’t usually phone customers about overdue payments, but we have, in fact, written to you twice”*. Наявність таких “завуальованих” форм значно більшою мірою характерна для англomовної ділової комунікації, ніж для українськомовного соціуму, де скоріше прийнята категоричність. Тому в процесі навчання студенти мають не тільки оволодіти цими “завуальованими” формами для власного продукування англomовних висловлювань, а й розуміти, що якщо вони чують подібні репліки від носія мови, то вони є не менш категоричними за суттю, ніж відповідні українськомовні репліки з більш прямо висловленою категоричністю.

Стереотипні мовленнєві засоби в телефонній комунікації – це мовленнєві кліше, готові мовленнєві формули, термінологічна лексика, специфічний

телефонний вокабуляр, “заповнювачі пауз”, що характеризуються практичною необхідністю і комунікативною цінністю у використанні. Специфіку цього стилістичного параметра (стереотипність висловлювання) створюють стандартні форми висловлювання, характерні саме для телефонії на зразок: *“Hold the line, please, I’ll see if he’s available”*, *“If you require visa information, please press 5”*, *“Please, leave your message after the tone or fax us on 081466 82 83”*, *“Can we make Friday next week?”*, *“I’ll put you through to the R&D department”*.

У процесі навчання ділової комунікації по телефону яскраво виражена наявність термінологічної лексики: *‘airtime’*, *‘three-way calling’*, *‘return call’*, *‘call waiting’*, *‘reminder call’*, *‘charge advice’*, *‘voice mail’*, *‘call diversion’*, *‘switchboard operator’*, *‘call minder’*, *‘answer machines’*, *‘message/note pad’*, *‘call barring’*. Більшість з указаної лексики характеризується оригінальністю вживання в англomовному соціумі, не маючи еквівалентів у соціумі українськомовному, тому потребує необхідного пояснення в процесі навчання.

За умови відсутності візуального контакту обов’язковим є вживання “заповнювачів пауз”, які, фактично, є специфічним коментарем того, що людина робить у процесі ведення телефонних розмов і що не може бути побаченим співбесідником: *“I’m just looking for a pen so I can write down your mobile number”*, *“I’m just thinking that through – it’s a good question”*, *“I’m just waiting for the file on my computer to open – just a moment”*, *“Susan is just coming now. She’ll be able to answer your question”*.

Типовим для навчання телефонної комунікації є занотовування повідомлення у спеціальні бланки *‘a message/note pad’*, що вимагає усталеного оформлення запису – використання скорочених форм: *note – NB*, *per year – p.a.*, *estimated time of arrival – ETA*, *Greenwich Mean Time – GMT*, *stamped addressed envelope – SAE*, *as soon as possible – asap*, *about*, *on the subject of – re*, *thousand – k*, *for the attention of – ATTN*. Так, повідомлення: *“Could you ask Mr Dittmar about the invoice as soon as you can?”*, *“The cost will be \$27,000 including insurance and freight.”*, *“Their agent is expected to arrive in London at 22.30”*, *“It is very important that we do not pay more than \$15”* у скороченому вигляді будуть мати таку форму запису: *“Ask Dittmar re invoice asap”*, *“Cost=CIF \$27k”*, *“Agent ETA Lon 22.30”*, *“NB pay \$15 max”*.

Використання скорочень не є винятком і для відправки SMS-повідомлення (*“cll offc tmrrw”* – *“Please call our office back tomorrow”*; *“In a meeting. Need details of yr working hours. Pls call by end today. Tks”* – *“I am in a meeting. Can you please send your working hours? Could you please call by the end today? Thanks”*). Такі скорочення як *u=you*, *u r=you are*, *2=to/too*, *4=for*, *b=be* також властиві текстам SMS-повідомлень. Проаналізовані мовленнєві засоби в ролі термінологічної лексики, специфічних телефонних понять також шаблонні, тобто клішовані.

Підсумовуючи викладене вище, можна з упевненістю стверджувати, що врахування в процесі навчання психолінгвістичних, лінгвістичних і культурологічних особливостей ділової телефонії знизить ризик виникнення комунікативних непорозумінь та сприятиме формуванню в майбутніх фахівців ГРС і ТБ професійно-орієнтованої компетентності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бабаян О. О. Формування професійної компетентності бакалаврів з міжнародної економіки засобами імітаційно-рольового моделювання : дис. ... кандидата пед. наук : 13.00.04 / Бабаян Олена Олексіївна ; Луганський нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка. — Луганськ, 2009. — 255 с.
2. Биконя О. П. Навчання бакалаврів з міжнародної економіки ділових усних та писемних переговорів англійською мовою : дис. ... кандидата пед. наук.
3. Бориско Н. Ф. Новые типовые программы по иностранным языкам и их особенности / Н. Ф. Бориско // Иноземні мови. — 2006. — № 3. — С. 3—9.
4. Личко Л. Я. Формування у майбутніх менеджерів-економістів англомовної професійно спрямованої компетентності в говорінні : дис. ... кандидата пед. наук : 13.00.02 / Личко Лідія Яківна ; Київський нац. лінгв. ун-т. — К., 2008. — 257 с.
5. Максименко Л. О. Навчання професійно спрямованого англомовного діалогу майбутніх менеджерів невиробничої сфери : дис. ... кандидата пед. наук : 13.00.02 / Максименко Людмила Олександрівна ; Київський нац. лінгв. ун-т. — К., 2012. — 285 с.
6. Програма з англійської мови для професійного спілкування / Г. Є. Бакаєва [та ін.]. — К. : Ленвіт, 2005. — 119 с.
7. Тарнопольский О. Б. Методика обучения английскому языку для делового общения : [учеб. пособие] / О. Б. Тарнопольский, С. П. Кожушко. — К. : Ленвіт, 2004. — 192 с.
8. Тарнопольський О. Б. Стандарти комунікативної поведінки у США : [посібник для студ. старш. курс., які вивчають англ. мову як спец.] / О. Б. Тарнопольський, Н. К. Скляренко. — [2-ге вид., випр. і доп.]. — К. : Фірма ІНКОС, 2003. — 208 с.
9. Donna S. Teach Business English / S. Donna. — Cambridge Handbooks for language teachers : Cambridge University Press. — 2000. — 370 p.
10. Ellis M. Teaching Business English / M. Ellis, Ch. Johnson. — Oxford Handbooks for Language Teachers : Oxford University Press. — 1996. — 237 p.
11. Guffey Mary Ellen. Business Communication: process and product / Mary Ellen Guffey. — Belmont : Wadsworth Publishing Company. — 1994. — 558 p.
12. Lado R. Linguistic Across Cultures. Applied Linguistic for Language Teachers / Robert Lado. — Ann Arbor : University of Michigan Press, 1957. — 206 p.

УДК 378.6:61.016:616.31:37.091.33-027.22

Смаглик Л. В., Трофименко М. В.

ВДНЗУ «Українська медична стоматологічна академія», м. Полтава УДОСКОНАЛЕННЯ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ЛІКАРІВ-СТОМАТОЛОГІВ ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ АЛГОРИТМІВ

У статті представлено суть і результати використання розробленого «Алгоритму вивчення стану та положення язика під час функцій ковтання та мовлення» як одного з прикладів професійного алгоритму, що дозволить удосконалити практичну підготовку лікарів-стоматологів у аспекті підвищення ефективності діагностики та об'єктивізації результатів лікування стоматологічних хвороб, що спричинені чи супроводжуються порушенням положення язика під час функцій ковтання і мовлення.

Ключові слова: алгоритм, функція ковтання, функція мовлення.

В статье представлены суть и результаты использования разработанного «Алгоритма изучения состояния и положения языка при выполнении функций глотания и речи» как одного из примеров профессионального алгоритма, который позволит усовершенствовать практическую подготовку врачей-стоматологов в аспекте повышения эффективности диагностики и объективизации результатов лечения стоматологических заболеваний, вызванных или сопровождающихся нарушением положения языка при выполнении функций глотания и речи.

Ключевые слова: алгоритм, функция глотания, функция речи.