

Баялиева Д.А.,  
Кыргызский государственный технический  
университет им.И.Раззакова

## ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

|| В статье рассматривается лингвистическая компетентность как экономическая категория, а также нормы речевого поведения в деловом общении.

Новые экономические и социальные условия побудили к коммерческой и организаторской деятельности широкие массы населения. Это обстоятельство выдвинуло на первый план необходимость обучения языковым формам делового общения, необходимости повышения лингвистической компетентности лиц, вступающих в экономико-правовые отношения. Лингвистическая компетентность становится в рыночных условиях непременным компонентом общепрофессиональной подготовки студентов экономических специальностей, будущих руководителей всех отраслей. [1]

Целью исследования является рассмотрение лингвистической компетентности – как экономическую категорию, так как студенты экономических специальностей – будущие специалисты должны осуществлять деловое взаимодействие в новых условиях экономической и политической интеграции на постсоветском пространстве, пользуясь русским языком. Умение успешно вести деловые переговоры, грамотно составить деловое письмо, умение работать с документами являются важной частью профессиональной культуры человека, принимающего решения.

Н.И.Формановская дает следующее описание лингвистической компетентности: Лингвистическая компетентность — это знание о системе языка, владение языковыми понятиями и средствами, культурой общения, как в социальной жизни, так и в профессиональной сфере.

Лингвистическая компетентность - не только важнейшая составляющая современной гуманитарной культуры, но и является экономической категорией. Высокая речевая культура и развитая экономика в передовых странах неотделимы друг от друга, тесно взаимосвязаны. И наоборот, низкая речевая культура общества определяет соответствующий уровень развития и эффективность экономики. По тому, как человек говорит и пишет, можно судить о его знании языка, об уровне духовного и интеллектуального развития, о деловых качествах. Устная речь – это самая первая «визитная карточка» человека. Недаром народная мудрость гласит: «Не гляди, каков в плечах, – слушай, каков в речах». [2]

Общезвестно, что деловое общение сегодня проникает во все сферы общественной жизни. В коммерческие, деловые отношения вступают предприятия всех форм собственности, частные лица. Компетентность в сфере делового общения непосредственно связана с успехом или неуспехом в любом деле: науке, искусстве, производстве, торговле. Что касается экономистов, менеджеров, предпринимателей, организаторов производства, людей, занятых в сфере управления, то коммуникативная компетентность для представителей этих профессий представляет важнейшую часть их профессионального облика.

«Бизнес - это умение разговаривать с людьми», - говорят предприимчивые американцы. [3]

Успех предприятия сегодня во многом зависит от умения представить свои позиции в наиболее выгодном свете, заинтересовать потенциального партнера, создать благоприятное впечатление. Поэтому, помимо читаемой монологической речи, в практику делового общения входит подготовленная, но нечитаемая монологическая речь (презентационная, торжественная, вступительное слово на различных встречах), поздравительные письма и другие этикетные тексты. Владение всеми этими перечисленными жанрами делового общения входит в профессиональную компетенцию будущего специалиста.

В настоящее время норма языка выступает в качестве двойного стандарта — обязательного и допустимого вариантов. Например, в практике устного общения разговорная форма *договор* — *договоры* вытесняет книжный вариант *договор* — *договоры*. Еще недавно вошедшее в русскую речь слово «маркетинг» имеет уже варианты произношения, закреплённые в качестве допустимых: *маркетинг* и *маркетинг*.

Вариативность нормы является причиной ее изменения, причем темпы изменений нормы различны для разных уровней языка. Самыми консервативными считаются грамматические нормы. Грамматический строй русского литературного языка практически не изменился с пушкинских времен. Правильность речи — это базовое требование культуры речи, ее основа. [4]

Для регулирования социально-правовых отношений между людьми, учреждениями, необходимы письменные свидетельства, соглашения, документы официально-делового стиля с экономико-правовой терминологией (*погашение кредита, права собственности, срок реализации товара, сертификат качества* и т.д.); регламентированной сочетаемостью: например, *контроль* обычно *возлагается*; *сделка* *заключается*; *платеж* *производится*; *счет* *выставляется*; *цена устанавливается*; *право предоставляется*. Также решение типичных вопросов экономико-правовых ситуаций реализуется в виде стандартных текстов или стандартных синтаксических конструкций. [4] Например, формулировки, указывающие на причину обращения:

*По причине задержки оплаты ...*

*В связи с неполучением счета-фактуры ...*

*Ввиду несоответствия Ваших действий ранее принятым договоренностям ...*

*Ввиду задержки получения груза...*

*Вследствие изменения цен на энергоносители...*

*Учитывая, что производственные показатели снизились...*

*Учитывая социальную значимость объекта ...*

*При данных обстоятельствах... [4]*

Важно ли владеть нормами русского литературного языка человеку, ежедневной практикой которого является деловое общение? На этот вопрос можно ответить только однозначно утвердительно. Потому что человек с низким уровнем речевой культуры, не умеющий ясно излагать свои мысли, допускающий ошибки в своей речи, обречен на коммуникативные неудачи. Грамотность в широком смысле этого слова — неперемное условие успешности в общении.

Поэтому так важно для студентов - будущих менеджеров, руководителей, овладеть нормативным аспектом языка документов и устной деловой речи. Для этой цели нами на кафедре разработаны методические указания по формированию речевых навыков и умений в сфере делового общения.

Нормативный аспект культуры речи является одним из главных. Можно, не нарушая норм русского языка, произвести на собеседника отталкивающее впечатление. Можно привести большое количество различных, в том числе и деловых текстов, безупречных с точки зрения нормативности, но не слишком вразумительных.

Язык располагает огромным арсеналом средств. Они должны использоваться с учетом сферы, ситуации, задач и жанра речи и быть мобилизованы на достижение коммуникативной цели.

Сегодня в сфере бизнеса вливаются огромные массы самых различных по культурному, образовательному уровню и социальному статусу людей. Естественно, что они являются носителями различных типов внутринациональных речевых культур.

Сиротинина О.Б. и Гольдин В.Е. в своих работах представили типологию внутринациональных речевых культур, которые сосуществуют в деловом общении и непосредственно связаны с общеобразовательным и общекультурным уровнем говорящих и пишущих.[4]

Чтобы достичь речевой культуры будущий специалист должен овладеть всеми функциональными стилями русского литературного языка: официально-деловым, научным, публицистическим, разговорным. Это значит, что деловой человек, например, может написать научный доклад или статью, выступить на пресс-конференции, дать интервью, написать презентационную речь, поздравление, не говоря уже о профессиональной речевой деятельности — составлении официально-деловых документов, проведении совещаний, переговорах, деловых встречах и т.п.

В наибольшей степени действенность речи ощущается именно в деловом общении: в письменной форме оно представляет собой язык документов, которые руководят действиями людей, в устной — диалоги, в процессе которых сталкиваются мнения и интересы групп людей, вырабатываются общие принципы взаимодействия и конкретные планы сотрудничества.

Центральным принципом речевого поведения в деловом общении, является принцип кооперации, реа-

лизующийся согласно теории Г. П. Грайса в семи максимах (принципах поведения): максима такта; максима великодушия; максима релевантности высказывания; максима полноты информации; максима симпатии; максима согласия; максима скромности.

Не все эти максимы могут быть реализованы в одном речевом акте: не всегда необходимо соглашаться с собеседником, высказывать ему симпатию, но быть тактичным, корректным, уважать право собеседника на получение точной и полной информации и на выражение ее со своей стороны должен руководитель любого ранга. [5]

Основной принцип современного делового общения заключается в том, что изначально общение строится исходя из определения собеседника как партнера, равноправного участника диалога, вне зависимости от его социальной позиции и от его коммуникативной позиции.

Например: не «Принесите мне документы», а «Будьте добры захватить папку с документами» — произнесет руководитель, обращаясь к подчиненному. [5]

Соблюдение этих принципов является важнейшим постулатом речевого поведения делового человека и обуславливает выбор речевых средств в зависимости от ситуации общения.

**Вывод.** Таким образом, лингвистическая компетентность включает нормативность (правильность речи, умение точно излагать и передавать мысли), речевое мастерство, заключающее доходчивость, логичность и уместность речи в разнообразии грамматических конструкций и индивидуальности речи.

Поддержание деловых контактов, информирование и воздействие на адресата с целью принятия какого-то конкретного решения — вот основные цели, преследуемые адресантами в сферах бизнеса и управления.

Конкретных речевых ситуаций может быть бесконечное множество, но есть их типичные особенности, зная которые можно легко ориентироваться в любой из них и выбирать необходимые речевые средства для достижения цели общения.

#### *Литература*

1. Бенедиктова В. И. О деловой этике и этикете. - М., 1994.
2. Введенская Л. А., Павлова Л. Г. Культура и искусство речи. - Ростов-на-Дону, 1996.
3. Вечер Л. С. Секреты делового общения. - Минск, 1996.
4. Гольдин В.Е., Сиротинина О.Б. Внутринациональные речевые культуры и их взаимодействие // Вопросы стилистики. Проблемы культуры речи. - Саратов, 1993.
5. Лапинская И.П. Русский язык для менеджеров: Учебное пособие. - Воронеж. 1994.
6. Сорокина А.В. Основы делового общения. - Ростов-на-Дону, 2004.