

Павлова Елизавета Владимировна

магистрант

Ломтева Татьяна Николаевна

д-р пед. наук, заведующая кафедрой

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

г. Ставрополь, Ставропольский край

DOI 10.21661/r-119325

**КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКОГО ЛИНГВА ФРАНКА
В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ
ГЛОБАЛИЗАЦИОННОГО ПРОЦЕССА**

Аннотация: в статье рассматривается английский язык как язык лингва франка в сфере делового международного сотрудничества в процессе глобализации. Выделяются причины становления английского языка как делового языка лингва франка. Анализируется роль культурных факторов в процессе использования делового английского лингва франка представителями разных национальностей на основе исследований при слиянии международных корпораций. Выявлена значительная роль национальных особенностей на фоне продуктивности делового общения с помощью английского лингва франка.

Ключевые слова: глобализация на современном этапе, лингва франка, деловое общение, культурная подоплека, деловой английский, международные факторы.

Одним из ведущих процессов современности является глобализация, помогающая создать архитектуру нового мира. В результате формирующейся глобальной информационной среды мир становится коммуникационно тесным, доступным. Говоря о коммуникационном сближении, информационной открытости мира, международном образовании, ученые обращают внимание на современные процессы информатизации, распространение телекоммуникационных и компьютерных технологий во всех областях жизни человека, интеграционные процессы в политико-экономической сфере. То есть современный этап

глобализации характеризуется совокупностью процессов, в ходе которых мир оказывается все более взаимосвязанным на разных уровнях: на местном, региональном, глобальном. Это ведет к выделению объединяющего языкового канала, которым в данный момент является самый распространенный, контактный английский язык, представляющий собой лингва франка общей структуры глобализации [2, с. 432]. Английский лингва франка является одновременно и орудием глобализации, и ее результатом, поскольку благодаря данному феномену совершается процесс глобализации [6, с. 4]).

Английский лингва франка (АЛФ) формируется в результате многочисленных международных ситуаций общения, то есть его локализация представлена не географическим положением, а социокультурным понятием. Изменение языковых социокультурных форм АЛФ находит наиболее четкую актуализацию в международном деловом общении, поскольку спецификой делового взаимодействия определяется конвенциональным ограничением контактов участников общения, соблюдением социальных норм, следованием регламентации целей и мотивов общения [3, с. 15].

Существует ряд причин, по которым АЛФ стал использоваться в деловом контексте. Недавние волны международных слияний породили необходимость работников и партнеров использовать английский лингва франка профессионально. Возникло понятие «деловой английский лингва франка» (Business English Lingua Franca). Кроме того, благодаря большим продвижениям в сфере коммуникационных технологий, стало удобнее избегать личного контакта при использовании СМС сообщений, электронной почты за короткий промежуток времени. Следовательно, необходимость в профессиональных переводчиках, а также в больших затратах времени отпала. Деловой английский лингва франка (ДАЛФ) стал являться новым нейтральным кодом для совершения коммуникации в сфере бизнеса [7, с. 23].

Однако взаимоотношения между культурой и ДАЛФ, по мнению некоторых ученых, не являются полностью нейтральными. Мейеркорд представляет две

противоположные точки зрения по данному аспекту [11, с. 113]. Первая предполагает, что «нейтральность» кода лингва франка связана также с его культурным нейтралитетом, поскольку партнеры по общению не разделяют определенные культурные предпосылки. Однако сам ученый согласен со второй точкой зрения, утверждающей, что ДАЛФ заключает в себе культуру, как и любой другой язык, так как каждый собеседник использует лингва франка, основываясь на своих культурных особенностях. Из этого можно сделать вывод о том, что деловой английский лингва франка определяет культуру на двух уровнях: пользователей данного языка объединяет деловая межнациональная культура, однако их разделяют личные специфические культурные знания, которые не являются типично идентичными для других пользователей данного языка.

Рассмотрим подробнее связь культуры и делового английского лингва франка на примерах проектов, проведенных Высшей школой экономики Хельсинки в мультинациональных корпорациях [9, с. 416]. В исследовании принимали участие финская и шведская корпорации, при этом исследовалась роль культурных различий при выборе и использовании языка. Авторы отмечают, что вначале для финансовых операций шведская компания выбрала шведский язык, на котором может общаться только 6% финского населения. Данная позиция вызвала затруднения, вследствие чего обеими компаниями стал использоваться деловой английский лингва франка. На последний факт оказало влияние и последующее слияние с датской компанией. Из этого можно сделать вывод, что чем более межкультурной становится бизнес переговоры, тем более удобен английский язык как деловой лингва франка.

На основе проведенных впоследствии опросов сотрудников шведской и финской компаний были получены сведения о том, что обе стороны считают свое использование делового английского более продуктивным, нежели другой стороны (When Finns and Swedes described their own communication, they used positive language such as ‘effective’ vs. ‘open discussion’, whereas the characterizations of their partner’s communication were more negative, such as ‘too direct’ vs. ‘endless talk’). Будучи культурами с разным отношением к общению, финны настаивали

на чрезмерном выражении эмоций шведами, которые, в свою очередь, отметили «прямолинейность» и «резкость» представителей шведской компании [8, с. 389]. Таким образом, на фоне продуктивности использования ДАЛФ сохраняется культурная идентичность его пользователей.

Второе исследование, проведенное под руководством сотрудников отдела по работе с международным деловым общением, рассматривало идею объединяющего компонента при работе двух компаний, языком взаимодействия между которыми является ДАЛФ. Исследование анализировало три пункта: основные свойства английского, необходимые при проведении деловых переговоров; роль культуры; стратегии убеждения обеих сторон.

Относительно первого пункта обе стороны сошлись во мнении, что чем более представители сторон ознакомлены с темой обсуждения, тем легче протекает общение на языке. Кроме того, было указано, что взаимопонимание с носителями английского языка протекает более эффективно. Было выдвинуто предположение об обучении носителей английского языка лучше понимать представителей других сторон.

Роль культуры родного языка участники исследования сочли очень важной, однако подтвердили, что она является не самым важным компонентом, а стоит наравне с такими критериями, как образование представителя другой стороны, его пол, профессия, религия.

Также было выявлено, что в ходе использования делового английского лингва франка большую роль играют такие тактики убеждения, как прямолинейность, вежливость. В частности, была выделена важность доходчивой, ясно выраженной мысли.

Таким образом, на основе проведенных исследований подтвердилась гипотеза о том, что деловой английский лингва франка в процессе усиливающейся глобализации закрепляет позиции в мире делового взаимодействия. Также мы можем сделать вывод о том, что, несмотря на стремление придать ДАЛФ нейтральность, даже в деловом общении он сохраняет важность роли культурной подоплеки.

Список литературы

1. Камшилова О.Н. Английский язык как Lingua franca: функция языка или языковая форма? // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2006. – №16–6. – С. 61–74.
2. Мележик К. Коммуникативные стереотипы в деловом общении на английском лингва франка // Казанский педагогический журнал. – Казань, 2015. – №5–2. – С. 430–434.
3. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. – СПб.: Знание. – 2001. – 496 с.
4. Charles M. (2007). Language Matters in Global Communication // Journal of Business Communication. – 44 (3). – С. 260–282.
5. Gerritsen M. & C. Nickerson. (2009). BELF: Business English as a Lingua Franca. In F. Bargiela-Chiappini (Ed.), The Handbook of Business Discourse. – Edinburgh: Edinburgh University Press. – Pp. 180–192
6. Held D. The great globalization debate: An introduction // D. Held, A. McGrew (eds.). The global transformations reader: An introduction to the globalization debate (2nd edn). – Oxford: Polity. – 2003. – P. 1–50.
7. Kankaanranta A. Business English Lingua Franca in intercultural (business) communication // Language at Work. – 2008. – P. 22–27.
8. Kankaanranta A. BELF competence as business knowledge of internationally operating business professionals / A. Kankaanranta, B. Planken // Journal of business communication. – 2010. – P. 380–407.
9. Louhiala-Salminen L. (2005), English as a lingua franca in Nordic corporate mergers: Two case companies, English for Specific Purposes. Special issue: English as a lingua franca international business contexts / L. Louhiala-Salminen, M. Charles, A. Kankaanranta; C. Nickerson (ed.), 24/4, 401–421.
10. Louhiala-Salminen L. (2011). Professional Communication in a Global Business Context: The Notion of Global Communicative Competence / L. Louhiala-Salminen, A. Kankaanranta // IEEE Transactions on Professional Communication,

Special issue on Professional Communication in Global Contexts. – 54(3) September. – 244–262.

11. Meierkord C. «Language stripped bare» or «linguistic masala», Culture in lingua franca conversation. In K. Knapp & C. Meierkord (eds.), Lingua Franca Communication. – Frankfurt am Main: Peter Lang, 2002. – P. – 109–133.