УДК 808.5

Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю.

Нравственные установки и этические нормы как факторы эффективности делового общения

Статья посвящена нравственным основам делового общения. Подчеркивается значимость позитивных нравственных установок и соблюдения этических норм для повышения коммуникативной эффективности. Рассматриваются вопросы, связанные с проблемами морального выбора и разрешения нравственного конфликта в деловой сфере. Особое внимание уделяется этике устного и письменного речевого поведения деловых людей.

*Ключевые слова**:** нравственные установки, этические принципы, моральный плюрализм, моральный выбор, нравственный конфликт, этика ненасилия, культурно-речевая ситуация, языковая среда, речевое поведение, этикетные клише.*

Эффективность делового общения в современных условиях становится невозможной без опоры на базовые моральные ценности и этические принципы, получившие широкое распространение в мире, без наличия позитивных нравственных установок у деловых людей. Именно они должны стать нравственной основой философии современного менеджмента, определяющей характер управленческой деятельности и стиль отношений в сфере делового общения.

В научном сообществе все активнее обсуждаются вопросы, связанные с переходом к «нравственной экономике», этикой поведения управленцев, чиновников, служащих.

«Проблема нравственных оснований экономической реальности к настоящему времени серьезно нависла над экономическими отношениями. Развитие рыночной экономики, особенно в современной России, жесткая конкуренция бизнеса, борьба за экономический выигрыш заразили человеческие отношения, отбросили далеко назад качество связей между людьми, неизбежно привели к духу соперничества в погоне за прибылью. Духовность и стремление к нравственному развитию меркнет в рыночных интригах экономической реальности» [1, с. 15].

Как подчеркивают специалисты, трансформации, которые в последние десятилетия претерпевают бизнес-процессы, повышают значимость этических факторов, позволяющих преодолеть барьеры коммуникаций в деловой сфере, повысить эффективность отношений, уровень доверия между партнерами, предпринимателями и обществом, привлечь новых участников сотрудничества, вооруженных новыми коммуникативными технологиями. Этика отношений с внешними и внутренними партнерами играет значительную роль в создании делового имиджа организации [2, с. 123].

Нравственная установка – это готовность личности действовать в соответствии с определенными моральными нормами, принципами, представлениями о добре и зле, о моральной и социальной ответственности, справедливости, честности, совести, долге и т. д.

Актуальность обсуждаемой в статье проблемы связана с тем, что ценностные установки современного российского общества значительно изменились. Раньше многие нравственные проблемы решались на основании всем известного принципа: нравственно то, что

служит делу строительства коммунизма. На этом фундаменте выстраивалась вся система ценностей и деятельностных ориентиров.

В настоящее время, когда прежняя воодушевляющая идея исчезла, когда произошла коренная ломка социально-экономических отношений, изменились функции государства и направление его политики, когда общество стратифицировалось, происходит переосмысление понимания общественного долга, моральной ответственности личности и других моральных ценностей [3, с. 81].

Как утверждают социологи, в России господствует моральный плюрализм. Каждая личность имеет свою более или менее определенную систему нравственных ценностей, свой моральный кодекс, который и определяет конкретную линию поведения, в том числе и речевого. По мнению исследователей, это тревожный фактор для общественного развития. Моральный плюрализм нередко приводит к моральной неразборчивости, становится серьезным барьером для установления нормальных взаимоотношений при обсуждении и решении тех или иных вопросов.

«Одна из важнейших проблем современной России – проблема утраты идеалов. Старые советские идеалы, хотя и одетые в классовые одежды, но имеющие вполне человеческую направленность, оказались сметены «либеральным ураганом», а фигура идеолога и воспитателя, дарующего людям ценностные ориентиры, – решительно отменена. Российская власть последних десятилетий, радикально порвав с «идеологическим прошлым», главную линию воспитания людей доверила электронным СМИ» [4, с. 26].

Авторы приведенного высказывания в своей статье описывают некоторые модели, широко представленные в информационной и «художественной» части деятельности ТВ, а также выводы, к которым должны придти зрители и слушатели:

1. *Мир есть катастрофа* (отсюда следует: спасайся, кто может! Радуйся, что погиб не ты! Беги прочь! Прожигай жизнь, пока цел! Идеал – удовольствие здесь и сейчас);

2. *Мир есть преступление* (идеал: будь сильным, грубым, «пацаном». Хватай свое, ни на что не глядя, никого не жалея. Жестокость несет деньги и славу, кто не выиграл, тот проиграл. Агрессия – это нормальное человеческое состояние, никем не осуждаемое и даже весьма похвальное);

3. *Мир есть циничная клоунада* (вывод: ничего не принимай всерьез, будь циничным, преследуй только свои интересы, никого не уважай, самоутверждайся всеми средствами);

4. *Мир – лживый балаган* (главное: «Не быть, а казаться»! Если за реальные знания и умения все равно не заплатят и не продвинут, если все блага могут быть получены только в результате взяток и связей, то и быть настоящим не стоит).

Подобное регулярное массированное воздействие, да еще протекающее в трудной экономической и социальной обстановке, считают авторы, приводит к вымыванию из общественного сознания «высоких идеалов культуры»: «Истина, добро и красота перестали в современной России манить и вдохновлять, также как патриотизм, справедливость и душевное благородство. Не в чести и жажда познания вместе с образованностью. Честность не приветствуется, а жертвенность вообще рассматривается как отъявленная глупость. <…> Мы повторяем все пороки современного рыночного общества лишь с одной вариацией: на Западе не так обширна и глубока сфера имитации и «имитативной логики», там больше «настоящего», в то время как бюрократический прессинг превратил жизнь целых поколений в ненастоящую, «невсамделишную», в пустую фикцию, которой даже гордятся. Хотя, думается, каждый, кто ведом стремлением «лишь казаться», в глубине души знает, что он никто и звать его – никак, и что по большому счету он всерьез не достоин никаких благ. И это – тяжелый социальный комплекс, порожденный «низменным идеалом» [4, с. 28 – 29].

Такой «тяжелый социальный комплекс», безусловно, создает проблемы и в деловой сфере.

Непрофессионализм, невежество, необразованность, вседозволенность, необязательность, непорядочность, нечестность порой становятся нормой взаимоотношений между партнерами, что неизбежно приводит к пагубным последствиям.

Отсутствие позитивных нравственных установок у участников делового общения значительно затрудняет принятие решения в сложной ситуации морального выбора, когда требуется отдать предпочтение одному из вариантов поведения.

Как акт духовной деятельности моральный выбор предшествует принятию решения и предопределяет содержание будущего практического действия. Моральный выбор можно рассматривать в широком и узком смысле слова [5, с. 315].

В широком смысле речь идет о фундаментальном моральном выборе, т. е. о выборе самой системы ценностей, ценностных ориентаций, которые формируют весь жизненный замысел человека, моральные установки личности, определяют линию ее поведения. Каждый человек сам решает для себя, встанет ли он на сторону морали, моральных ценностей и будет действовать в качестве морального субъекта или же поступится моральными соображениями ради карьеры, материальной выгоды, жизненного успеха, эгоистических интересов.

В узком смысле имеется в виду собственно выбор конкретного поступка, в котором моральное требование соотносится с обстоятельствами, целесообразность соединяется с нравственной принципиальностью, выбираются средства, обеспечивающие согласованность мотива и результата.

Именно из конкретных поступков и складывается нравственная деятельность человека. Поступок определяет линию поведения, линию жизни. Порой один-единственный поступок может резко изменить жизненную судьбу личности.

Говоря о проблеме морального выбора, следует учитывать чрезвычайно сложный характер нравственной жизни вообще. Как писал Н.А. Бердяев, нравственная жизнь человека трагична. «Для нравственного сознания всегда существует неизбывный трагический конфликт между личностью и государством, между личностью и личностью» [6, с. 144].

Трагизм нравственной жизни, подчеркивал философ, заключается не в столкновении «ясного добра» с «ясным злом» (здесь все понятно: добро – это хорошо, а зло – плохо, хотя понятие добра и зла у каждого свое), а в столкновении добра с добром, в необходимости постоянно жертвовать одной ценностью во имя другой, «в отсутствии одного, законом данного, нравственно-должного выхода, в неизбежности каждый раз совершать индивидуальный творческий акт» [6, с. 79].

Действительно, в практической деятельности человек постоянно оказывается в непростом положении нравственного конфликта, когда приходится делать выбор между моральными ценностями в пользу одной из них.

Суть нравственного конфликта заключается в том, что предпочтение одной нравственной нормы неизбежно ведет к нарушению другой. Речь в данном случае идет не о незнании тех или иных нравственных правил, не о нежелании их выполнять, а именно о необходимости разрешить столкновение моральных требований и установок.

Серьезные моральные дилеммы постоянно возникают в деловых отношениях, в производственной деятельности, в сфере управления.

Так, один из постулатов этики утверждает примат общественного над индивидуальным, необходимость ставить интересы государства выше интересов отдельного человека (общинная этика, в определенной степени и коммунистическая мораль), но, с другой стороны, главным требованием гражданской этики является соблюдение прав человека, категорически запрещающее принятие решений, ущемляющих права хотя бы одного члена общества, запрет на дискриминацию одних путем предоставления каких-либо привилегий другим [7, с. 376].

Как, к примеру, поступить в ситуации, когда руководитель дает понять подчиненному, что он «не заметит» его незаконных действий, больше того, тот в этом случае может рассчитывать на хорошее вознаграждение и личное расположение?

Что лучше, сказать правду или дать неверную информацию, скрыть нежелательные факты? Принять или не принять подарок? Расценивать его как знак уважения и признательности или как взятку за прошлые или будущие действия? Получать материальные блага за счет других или отказаться от них? Безоговорочно подчиниться любому решению начальства, каким бы неэтичным и несправедливым оно ни оказалось, или высказать свое несогласие, занять твердую позицию? Сознательно преувеличивать достоинства и преимущества своего проекта с целью получения материальной поддержки или дать объективную характеристику? Установить контакты с сомнительными организациями и партнерами, рассчитывая получить определенную выгоду, или отказаться от них?

Перечень подобных ситуаций можно продолжать до бесконечности. Готовых вариантов выхода из нравственных конфликтов не существует. Каждая проблема требует от субъекта взвешенного подхода, объективного анализа и учета всех обстоятельств. Важно, чтобы человек вышел из мучительной душевной борьбы с наименьшими нравственными и психологическими потерями.

В практической деятельности целесообразно руководствоваться некоторыми общими принципами разрешения нравственного конфликта, сформулированными в научной литературе. Прежде всего, это построение иерархии нравственных ценностей, выделение приоритетных ценностей и моральных требований среди имеющихся альтернатив. Это и применение принципа «наибольшего добра и наименьшего зла», а также соблюдение меры компромисса между сталкивающимися вариантами поведения.

В сфере социального управления при разрешении нравственного конфликта необходимо придерживаться таких принципов:

– знание и соблюдение закона;

– максимальный социальный результат и удовлетворение интересов большинства людей;

– ненарушение прав, свободы и достоинства других лиц;

– справедливое распределение выгод и издержек среди различных групп и индивидов;

– опора на профессиональные знания и опыт.

Следует иметь в виду, что довольно часто люди пытаются рационально обосновать и оправдать свои аморальные действия. С этой целью используются самые разные аргументы. Приведем некоторые типичные из них:

– данный поступок не выходит за рамки юридических норм, следовательно, не является безнравственным (разрешено все, что не запрещено законом);

– принятое решение отвечает интересам организации или полезно для ее отдельных работников;

– о совершенных действиях никто никогда не узнает, информация о них не является доступной;

– данные действия поддерживаются начальством, поэтому в неблагоприятной ситуации оно поддержит и защитит, и др.

Такая «логика» не может скрыть безнравственного характера поведения.

Наиболее продуктивной базой формирования позитивных нравственных установок для осуществления эффективной деловой коммуникации является новая этическая парадигма, сложившаяся в XX в. в процессе борьбы за социальную справедливость, – *этика ненасилия*, или сопротивление насилию ненасильственными методами.

Согласно концепции этики ненасилия каждый человек является одновременно носителем добрых и злых начал, находящихся в постоянном противоборстве. Проявление доброго и злого в поступках людей нестабильно. По отношению к одному человек может проявлять доброту, по отношению к другому – злобу, сегодня он может быть добрым, а завтра

злым. Взаимодействуя, люди по законам подражательности заражают друг друга и добром, и злом. Душа человека отзывчива и на злое, и на доброе. Добро и зло как бы переливаются от одного человека к другому. Люди взаимосвязаны в добре и зле. Поэтому приверженец ненасилия, строя свои взаимоотношения с другими людьми, исходит из установки, что они открыты добру и злу.

В процессе деловой коммуникации партнер должен активизировать добрые начала, способствующие гармоническому сотрудничеству, и блокировать негативные тенденции.

По утверждению философов, нравственная амбивалентность неустранима и является основой человеческого общественного бытия.

Идеологи этики ненасилия сформулировали ряд принципов социального взаимодействия людей, которые должны учитываться и в практике деловой коммуникации. К ним относятся: отказ от монополии на истину, готовность к изменениям, диалогу и компромиссу; критика своего собственного поведения с целью выявления того, что в нем могло бы питать и провоцировать враждебную позицию оппонента; анализ ситуации глазами оппонента с целью понять его и найти такой выход, который позволил бы ему сохранить лицо, выйти из конфликта с честью; борьба со злом, но любовь к людям, стоящим за ним; полная открытость поведения, отсутствие в отношении оппонента какой бы то ни было лжи, скрытых намерений, тактических хитростей и др. [8, с. 456].

«Этика ненасилия применительно к коммуникативному взаимодействию предполагает в качестве этически оправданного способа коммуникации – интеллектуальный диалог, который обогащает познание путем обмена мнениями. Диалог носит партнерский характер тогда, когда:

интеракция совершается с помощью познавательных сообщений, являющихся некоторой формой аргументации, обнаруживающей цели и методы деятельности обеих сторон;

существуют условия для интеллектуальной, обоюдной критики целей и методов, а также для выдвижения программ деятельности» [9, с. 100].

Такой диалог должен опираться на существующие в русской этике общения естественные принципы, создающие условия, наиболее благоприятные для социального контакта: приветливость и благожелательность, уважительность и почтительность, деликатность и такт, услужливость и внимательность, статусная скромность и др. [10, с. 321 – 322].

Однако в последнее время общественная, политическая и деловая жизнь, средства массовой информации демонстрируют нам многочисленные примеры некорректных, конфронтационных, агрессивных речевых актов. По мнению специалистов, культурно-речевая ситуация в нашей стране сегодня в целом не может быть признана толерантной.

«В России толерантное поведение в настоящее время в большей степени декларируемая норма, которая в официальной обстановке еще более или менее соблюдается (хотя и не всегда), а в межличностных отношениях, при инициативном общении, очень часто нарушается» [11, с. 335].

Как справедливо отмечает В.Р. Соловьев, «многие наивно полагают, что <…> главное – это унизить своего соперника, перекричать его, войти в режим «сам дурак», хитро тыкать в оппонента пальчиком и улыбаться» [12, с. 101].

К сожалению, в процессе делового взаимодействия нередко приходится сталкиваться с прямым оскорблением или унижением кого-либо, высказыванием угроз, деструктивными пожеланиями, призывами к агрессивным действиям, а также с демонстративным молчанием, отказом разговаривать с другим человеком, отвечать на вопросы, дать определенные словесные объяснения и т. п. Типичными стали фразы: «Не нравится – увольняйтесь!», «Вас много, а я одна (один)».

Несоблюдение норм нравственности, неумение и нежелание вести конструктивный диалог неизбежно приводят к размежеванию тех сил, которые должны объединяться, стано-

виться единомышленниками. Энергия зачастую тратится не на решение жизненно важных задач, а на уничтожение оппонента, что приводит к самоуничтожению сторон.

Чрезвычайно злободневной на сегодняшний день остается проблема вульгаризации речевой практики, особенно в сфере делового общения. Это связано с грубейшим нарушением этических норм речевого общения, а также обусловлено одной из главных тенденций развития современного литературного языка – его демократизацией.

На страницы периодической печати, в речь образованных людей потоком хлынули жаргонизмы, просторечные слова и выражения и другие внелитературные средства: *бабки, штука, кусок, лимон, зеленые, баксы, пришить, бухать, мочить, кайф, балдеж, отмывать, отстегивать, прокрутить, раскручивать, кинуть, кидала* и др.

Общеупотребительными даже в официальной речи стали слова *откаты, наезд, крышевание, тусовка, тусоваться, разборка, оттянуться, беспредел* и др. Последнее слово в значении «не имеющее пределов беззаконие» приобрело особую популярность (в какой-то степени «беспредел» творится не только в языке, но и в обществе).

Как показали исследования М.Н. Пановой, в повседневном служебном полуофициальном общении государственных служащих широко представлена грубо-просторечная лексика, т. е. слова, имеющие в словарях пометы: «бранное», «неодобрительное», «пренебрежительное», «презрительное», «уничижительное», например: *дурдом, шкурные интересы, мне плевать, козел, молол чепуху, выпендривается* и т. п.

В речи чиновников было обнаружено много слов так называемого общего жаргона, т. е не являющихся принадлежностью отдельных социальных групп, но нередко представляющих маргинальные субкультуры (*завязать, чернуха, динамить, заколебать, вклеить, напрягать, нагрузить, до фонаря, по полной программе* и др.) [13, с. 187 – 188].

Употребление сниженной, вульгарной, жаргонной лексики в официальном общении, безусловно, недопустимо. Это не так безобидно, как может показаться на первый взгляд. Многие лингвисты убеждены, что «засорение языка подобными словами – это не только отражение криминализации общества, но и свидетельство активного проникновения криминальных элементов в общественную и политическую жизнь страны. Кроме того, эти слова несут в себе «заряд» психологии и мировоззрения криминального мира» [14, с. 33].

Слова и выражения, которыми мы пользуемся, подчеркивают социальные психологи, определяют и создают наш социальный мир, формируют установки, направляют мысли, чувства, воображение и поступки.

Циничное использование языка деструктивно: оно неизбежно приводит к духовной деформации личности, влечет за собой аморальные действия, унижает человеческое достоинство, наносит материальный ущерб.

Актуально звучат сегодня слова писателя Ю.В. Бондарева: «В России пришло время гасить языковые костры, начавшиеся в разговорном и письменном пространстве, из мусора масскультуры – косноязычия, непристойности, отвратительно подражательной иностранщины» [15, с. 4].

Важным аспектом этики речевого поведения является знание и правильное использование в процессе делового общения профессиональной лексики, терминов, иностранных слов. По данным языковедов, в настоящее время при более высокой образованности носителей языка очень большой «лингвистический индекс» получает семантическое непонимание слов. Это связано с особенностями лингвокультурной ситуации в современной России, широким пополнением языка новыми словами из управленческой, производственной, экономической, финансовой и других сфер. Как показывают исследования, многие слова, вошедшие в обиход, остаются непонятными для большинства граждан, что, естественно, отражается на качестве коммуникационного обмена.

По данным проведенных нами анкетных опросов слушателей курсов повышения квалификации специалистов аппарата областных администраций и органов исполнительной

власти, далеко не все опрошенные владеют лексикой, широко употребительной в системе социально-административного управления (*прерогатива, менталитет, конфессия, латентный, креатура, паллиатив, превентивный, преференция, спорадический* и др.).

Следует учитывать и новый феномен, с которым в последнее время нередко приходится сталкиваться в процессе коммуникации. Он получил название «неполное понимание». Как справедливо пишет М.А. Кронгауз, «… и мир, и язык изменяются настолько быстро, что мы в принципе не можем понять все. <…> Непонятные слова пронизывают все сегодняшние тексты и жанры: песни, романы, статьи, да что там говорить, нашу обыденную речь. Иногда за ними скрываются незнакомые и непонятные вещи, а иногда, наоборот, что-то близкое и знакомое, названное по прихоти пишущего как-то непривычно» [16, с. 148 – 149].

Эта коммуникативная стратегия неполного понимания, конечно, является средством приспособления в стремительно меняющемся мире, однако она неизбежно ведет к снижению эффективности речевого взаимодействия.

Все это требует целенаправленной работы деловых людей по созданию основательной базы для речевой деятельности, расширению словарного запаса, освоению ими не только профессиональной лексики, но и огромного количества новых слов, которые активно вливаются в современный литературный язык и нередко создают определенные трудности в общении.

Обратим внимание на еще одну сторону речевого поведения, которая, по нашему мнению, тоже носит этический характер и сегодня вызывает глубокую озабоченность общественности, преподавателей, ученых, деятелей искусства. Это низкая грамотность носителей языка, плохое владение государственным языком Российской Федерации.

Опыт работы с управленцами, чиновниками разного уровня, предпринимателями показывает, что наиболее типичными для них являются ошибки, связанные с нарушениями литературной нормы на всех уровнях языка (фонетическом, лексическом, грамматическом), грубые недочеты как в устной, так и в письменной речи. Например, какие муки испытывают некоторые деловые люди, когда нужно привести статистические данные и соответственно употребить составные количественные числительные в косвенных падежах (с 287 – *с двумястами восьмьюдесятью семью*; более 674 – *более шестисот семидесяти четырех*; о 563 – *о пятистах шестидесяти трех*).

Довольно распространенным остается неправильное употребление предлога *согласно*, требующего дательного падежа (правильно: *согласно распоряжению, согласно приказу, согласно резолюции*).

Часто режет слух неверное ударение в словах (правильно: *обеспЕчение, упрОчение, газопровОд, украИнский, звонЯт, новорождЁнный, экспЕрт, договОры, прИняли, нАчали, срЕдства, досУг* и др.).

Подобных примеров можно привести очень много.

«Их число ужасающе растет – всюду, – пишет В.В. Славкин, доцент кафедры стилистики русского языка факультета журналистики МГУ. – <…> Отдельный разговор – грамотность чиновников. Хорошо бы штрафовать их за ошибки в документах. В «Новой газете» я видел снимок повестки в военкомат – с грубейшими ошибками и опечатками… Нет способа дискредитировать страну сильнее, чем такая повестка. <…> Любое отступление от литературных норм наносит ущерб национальному престижу» [17, с. 3].

А С.И. Ожегов, автор знаменитого однотомного Словаря русского языка, считал, что отступления от норм литературного языка являются «лакмусовыми бумажками», своеобразными культурно-речевыми тестами для говорящих / пишущих, определяющими низкий уровень их общей и речевой культуры.

Особое значение соблюдение этических норм и правил приобретает в письменном деловом общении. Главный этический постулат – уважительное отношение к партнеру –

в значительной степени определяет восприятие и оценку адресатом документного текста и тем самым влияет на эффективность коммуникации.

Конец XX – начало XXI вв. характеризуются активными процессами демократизации российского общества. После периода «застоя» снимается запрет на взаимодействие с другими культурами, в результате чего появляются многочисленные заимствования, в основном из англоязычной речевой культуры.

Под влиянием западных традиций ведения делового диалога, современное русскоязычное деловое письмо приобретает новые черты, что в первую очередь проявляется в расширении арсенала и функций этикетных речевых формул.

Обилие этикетных клише, появившихся в последнее время в деловой коммуникации, связано с необходимостью выбора той или иной формулы в конкретной ситуации общения. «Идет постоянный выбор из обширного языкового арсенала наиболее уместного средства применительно к обстановке общения, социальным признакам адресанта и адресата и т. д. Таким образом, в употреблении единиц речевого этикета совмещаются стандарт и творческий выбор как существенное свойство этой коммуникативной системы знаков» [18, с. 216].

Коммуникативная среда современного письменного делового общения неоднородна. Можно выделить несколько типов деловых текстов, несущих в себе черты разных традиций деловой переписки и различающихся прагматической направленностью. К первой группе относятся тексты внутренних служебных документов, адресат и адресант которых находятся в отношениях соподчинения. Эти тексты характеризуются наибольшей консервативностью, сохранением этикетных норм и традиций советского периода. Тексты коммерческих деловых писем, которыми обмениваются равноправные контрагенты в системе внутригосударственных деловых отношений, можно причислить ко второй группе. В текстах этого типа отмечается все более активное влияние международных стандартов и зарубежных традиций ведения письменного делового диалога. Третья группа – это тексты деловых писем, обеспечивающих коммуникацию российских и иностранных партнеров, она ориентирована на национально-культурные традиции и государственные стандарты страны-получателя корреспонденции. Особую группу составляет электронная деловая переписка, существенно отличающаяся с точки зрения этикетного оформления текста.

В современной коммерческой и деловой переписке отмечается расширение палитры оборотов речи, выполняющих этикетную функцию. Пополнение этикетного арсенала осуществляется как в результате заимствования речевых формул из зарубежной практики (*очень любезно с Вашей стороны; позвольте воспользоваться случаем, чтобы поблагодарить Вас; мы были бы рады получить ответ; примите наши извинения за задержку* и др.), так и благодаря возвращению этикетных формул досоветского периода (*имею честь сообщить*; *позвольте выразить Вам уверение в своем самом высоком уважении*). Архаизированный характер речевых формул, вернувшихся в активное употребление из исторического прошлого, обусловливает их книжный характер и стилистическую окраску «высокое», что делает их уместными только в соответствующих ситуациях общения. В случае неуместного употребления этикетные формулы этого типа могут вызвать комический эффект, психологическое неприятие. Примером такого употребления является зачин письма, содержащего информацию коммерческого характера: *Имею честь сообщить, что сегодня в розничной продаже появился журнал «Секрет», приложение к журналу «Москва и москвичи».*

Важным принципом использования этикетных клише в тексте делового письма является конгруэнтность – эмоциональное и стилистическое соответствие используемых речевых формул теме письма и его тональности. Так, в письмах, содержащих отказ, вряд ли уместны такие этикетные формулы прощания, как в следующих примерах писем-ответов на обращение граждан (пунктуация авторская):

1. *Ваше обращение возвращаем Вам без рассмотрения согласно ч. 2 статьи 11 Федерального Закона от* 02. 05. 2006 *№59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации».*

Всего Вам доброго.

2. *... К сожалению, положительно решить все вопросы, которые Вы ставите, в ближайшее время нет возможности….*

Желаем Вам всего самого доброго!

С уважением

Значительный интерес представляет этикетное оформление деловых писем, адресованных зарубежным партнерам, поскольку тенденции развития деловой письменной коммуникации свидетельствуют о наметившемся сближении стилистических традиций русскоязычного и зарубежного делового письма. В качестве иллюстрации приведем примеры международной переписки, контрагентами которой выступают государственные (некоммерческие) учреждения: посольства, консульства, фонды, общественные организации, вузы, а предметом обсуждения в большинстве случаев становятся вопросы, связанные с установлением, расширением и поддержанием контактов (что, по сути, представляет собой цель и предмет особой группы деловой переписки – этикетных писем). Это обусловливает обилие и разнообразие этикетных речевых клише, активное использование единиц дипломатического речевого этикета.

В зависимости от функции и месторасположения в структуре текста выделяют группы этикетных единиц: контактоустанавливающие (этикетные единицы, выполняющие функцию привлечения внимания, апелляции к адресату), вводные (этикетные единицы начала диалога), поддерживающие (этикетные единицы, сопровождающие развитие основной темы) и завершающие (этикетные единицы завершения темы и выхода из контакта).

Функция установления контакта отличает этикетные единицы двух видов: обращение и самоименование.

Формулы обращения в деловой переписке с зарубежными партнерами имеют подчеркнуто официальный характер. Наряду с универсальной единицей «Уважаемый» в них встречаются слова «Многоуважаемый» и «Глубокоуважаемый», что объясняется адресацией писем первым лицам организаций, а также высокопоставленным должностным лицам. Высокочастотны обращения, в которых указывается должность адресата *Глубокоуважаемый господин посол! Многоуважаемый господин Ректор!* При этом в ряде случаев название должности пишут с заглавной буквы, что является намеренным отступлением от орфографической нормы, чтобы подчеркнуть значимость первого лица организации и выразить ему особое уважение. В некоторых обращениях указывается не должность, а звание адресата в сочетании с индексом социального положения *Глубокоуважаемый господин профессор (фамилия)!* Нужно отметить, что такое обращение прежде всего отражает традицию немецкого делового письма.

Формула самоименования, как правило, служит не только началом контакта, но и присоединяет этикетный элемент «выражение уважения к адресату» (*Студенческий отдел Посольства Республики Ангола в Российской Федерации свидетельствует свое уважение* …), а также является средством введения коммуникативной интенции, представляющей собой цель послания (*Посольство Королевства Марокко в Москве свидетельствует свое глубокое уважение ... и имеет честь просить*….).

В большинстве случаев формула самоименования следует после обращения и используется в функции введения основной информации текста. Как правило, к ней присоединяются этикетные единицы «выражение уважения» (*ЗАК ОО «АМЕРКО Интернешенел Лимитид» свидетельствует свое уважение* …) и конструкции-перформативы, передающие основное

коммуникативное намерение адресанта (*Ректорат Таджикского технического университета имени академика М.С. Осими, выражая Вам искреннее уважение, сообщает, что наш университет готов к установлению сотрудничества с вверенным Вам вузом* …). Однако чаще всего в функции введения основной информации выступают одиночные или комбинированные этикетные единицы: 1. Выражение благодарности (*Обращаясь к Вам, хочу высказать благодарность Оргкомитету симпозиума…за безупречную организацию этого мероприятия, создание прекрасных условий для участия в работе симпозиума*…). 2. Поздравления и пожелания (*Прежде всего, поздравляю Вас с Новым годом и от всего сердца желаю удачи, добра и процветания Вам и Вашим близким*). 3. Выражение благодарности, радости, уверенности в успехе дальнейшего сотрудничества (*Выражаю благодарность за плодотворное сотрудничество и надеюсь на развитие и укрепление связей между нашими университетами; Сердечно благодарю Вас за оказанный прием. Выражаю надежду, что Ваша влиятельная поддержка поможет успешно реализовать совместные планы и проекты* …). 4. Выражение почтения + просьба (*Я свидетельствую Вам свое почтение и обращаюсь с просьбой рассмотреть наше предложение*). 5. Признание значимости сотрудничества + выражение положительных эмоций (*Принимая во внимание важность и перспективность развития взаимовыгодного партнерства, был рад подписать соглашения о сотрудничестве* ...) [19, с. 85 – 86].

Существенное влияние на формирование современного делового этикета оказывает электронная коммуникация. Единицы коммуникативной категории вежливости в электронной коммуникации приобретают иную по сравнению с традиционной перепиской форму. Они видоизменяются (при этом увеличивается количество их вариантов), упрощаются, а иногда и вовсе игнорируются.

Привычная вежливая формула обращения «Уважаемый (ая)…» не стала общеупотребительной в электронной переписке. Она еще сохраняется в электронной коммуникации государственных служащих, а в коммерческой переписке используется преимущественно в ситуациях строго официального общения, когда письмо впервые направляется адресату и между контрагентами еще не установлены личные отношения. В остальных случаях обиходными стали речевые формулы приветствия: *Здравствуйте, Доброе утро или Добрый день*.

Не все из получивших распространение контактоустанавливающих формул эксплицируют максиму «уважение». Так, обращение *Здравствуйте, Titova* свидетельствует скорее о том, что отправитель, желая сэкономить время, просто скопировал имя адресата из его электронного адреса, не заботясь о том, какое впечатление это может произвести на получателя письма. Зачастую в качестве имени адресата используют название фирмы, в результате чего рождаются семантически некорректные обороты, такие как *Здравствуйте, PR 2; Добрый день, Термопласт*.

Весьма распространено в электронных деловых письмах использование в приветствии неполных форм имени *Добрый день, Катерина Александровна*, имен в уменьшительно-ласкательной форме в сочетании с разговорными формами приветствия: *Олечка, привет*! Были обнаружены также звательные формы обращения: *Ань! Оль!*

Представляется, что обилие вариантов речевых единиц установления контакта свидетельствует, с одной стороны, о незавершенности формирования сетевого этикета, а с другой – о механистичности самого процесса создания электронного текста. Интенсивность общения ведет к такой степени его формализации, что элементы текста, призванные выполнять этикетную функцию, уже не эксплицируют максиму «уважение», и, следовательно, теряют первоначальный этический смысл. Опасным является и то, что контрагенты электронной коммуникации зачастую не обращают внимания на способ номинации в формуле приветствия, поскольку скорость решения оперативных вопросов оказывается важнее, чем впечатление от этикетного оформления текста.

Таким образом, речевая практика современной деловой коммуникации свидетельствует о повышении значимости нравственных установок, этических норм и этикетных правил в организации делового общения и оценке его эффективности. Активно формируются традиции межличностного и опосредованного общения.

Литература

1. Гончарова О.Ю., Сидоренко И.Н. Нравственность чиновника – важный ресурс повышения эффективности экономики // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2012. № 2.

2. Дзялошинский И.М., Пильгун М.А. Регулирование современных бизнес-процессов: этические основы // Проблемы теории и практики управления. 2013. № 10.

3. Павлова Л.Г. Актуальные проблемы формирования нравственно-аксиологической ориентации госслужащих в современной России // Известия высших учебных заведений: Северо-Кавказский регион. Общественные науки. 1999. № 1.

4. Золотухина-Аболина Е.В., Золотухин В.Е. «Низменность идеалов» – проблема современной России // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2012. №4.

5. Кондрашов В.А., Чикина Е.А. Этика. Эстетика. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998.

6. Бердяев Н.А. О назначении человека. – М.: Республика, 1993.

7. Кнорринг В.И. Теория, практика и искусство управления: учебник для вузов. – 2-е изд. – М.: НОРМА , 2001.

8. Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика: Учебник. – М.: Гардарика, 1998.

9. Дзялошинский И.М., Пильгун М.А. Коммуникационное воздействие: культурные и этические аспекты // Проблемы теории и практики управления. 2012. № 7 – 8.

10. Языковая картина мира и системная лексикография / Отв. ред. Ю.Д. Апресян. – М.: Языки славянских культур, 2006.

11. Стернин И.А. Толерантность и коммуникация // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности: коллективная монография / Отв. ред. Н.А. Купина и М.Б. Хомяков. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005.

12. Соловьев В.Р. Манипуляции. Атакуй и защищайся. – М.: Эксмо, 2012.

13. Панова М.Н. Речевая этика служебного общения // Гражданская служба: нравственные основы, профессиональная этика: учебное пособие. – М.: Изд-во РАГС, Статут, 2006.

14. Панова М.Н. Этика общения на государственной службе // Русская речь. 2002. № 5.

15. Бондарев Ю.В. Слово о Слове // Правда. 2012. 5 – 6 июня. № 57.

16. Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва. – М.: Знак: Языки славянских культур, 2008.

17. Славкин В.В. Как заплетается язык // Аргументы недели. 2013.18 апреля. № 15.

18. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. – М.: Русский язык, 2002.

19. Кашаева Е.Ю. Функционально-тематические группы этикетных единиц в тексте делового письма, адресованного зарубежному партнеру // Сб. материалов Международной научно-практич. конф. «Язык, наука и техника в современном межкультурном пространстве». Ростов-на-Дону, 2010.