

потенциалу компании. Описательный способ перевода используется как в случае отсутствия соответствующего по значению термина в родном языке, так и при объяснении его значения в словаре. Преимуществом описательного перевода является то, что он наиболее точно передаёт значение иноязычного термина, однако громоздкость дескриптивного объяснения является тем существенным недостатком, который усложняет процесс устного общения.

Необходимо отметить, что овладение банковской терминологией на иностранном языке и её перевод на родной язык представляет собой сложный и многосторонний процесс. Выбор того или иного способа или приёма перевода английских кредитно-банковских терминов зависит от целевой аудитории и цели высказывания. Чаще всего, для достижения точного полноценного перевода переводчику приходится комбинировать различные приёмы.

Литература

1. Ивукина Е. С. Особенности перевода экономических текстов [Электронный ресурс] / Е. С. Ивукина. – Режим доступа : http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/33668/1/iyalvmop_2015_29.pdf.
2. Кияк Т. Р. Лінгвістичні аспекти термінознавства / Тарас Романович Кияк. – К. : УМК ВО, 1989. – 104 с.
3. Фёдоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): Для институтов и факультетов иностр. языков. Учеб. пособие / Андрей Венедиктович Фёдоров. – СПб. : Филологический факультет СПбГУ. – М. : ООО «Издательский Дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002. – 416 с.

Минина Е.В.

*(ОО ВПО «Горловский институт иностранных языков»,
Горловка, ДНР)*

LA COMMUNICATION TÉLÉPHONIQUE AU SEIN DE L'ENTREPRISE

Au sein de l'entreprise, la relation téléphonique revêt une importance capitale. L'utilisation du téléphone au sein de la communication interne présente des avantages indéniables mais génère en même des déviations qui peuvent perturber une bonne relation.

1. Des avantages indéniables.

a) L'entreprise : un laboratoire des nouvelles technologies.

Dans l'histoire des nouvelles technologies, l'entreprise a souvent joué le rôle de laboratoire d'expérimentation et de sensibilisation qui a préparé leur

introduction au sein du grand public. Les techniques informatiennnes introduites au sein des entreprises finiront par être banalisées au sein de la société.

b) Le téléphone favorise la rapidité et la fluidité de l'information.

Au sein de l'entreprise, le téléphone apparaît comme un média capital pour communiquer surtout quand la structure est décentralisée géographiquement. Des entreprises peuvent, en effet, présenter des centres éparpillés géographiquement. Pour se joindre rapidement, le téléphone est le média n°1. Il suffit de constater l'affolement qui règne dans l'entreprise quand les liaisons sont coupées par suite d'une panne du réseau téléphonique. Pour progresser dans la résolution d'un problème, l'on a souvent besoin d'avoir des réponses immédiates aux questions que l'on peut se poser. La notion de rapidité dans la gestion d'une entreprise est une donnée qui devient capitale dans la période actuelle (difficultés économiques, concurrence vive...).

c) L'organisation matérielle ne doit pas contrarier la rapidité des communications.

Il est en effet paradoxal de noter que la rapidité des communications est parfois freinée par une mauvaise organisation matérielle: «Attendez, je cherche un papier...», «Ne quittez pas, je ne retrouve plus mon crayon...».

d) La distance permet parfois de mieux communiquer.

Au sein de l'entreprise, le téléphone est parfois utilisé quand on n'ose pas s'exprimer en face à face. Des enquêtes ont démontré en effet que, par téléphone, «l'on osait plus» qu'en relation de face à face. Le fait de ne pas voir l'autre permet une certaine liberté de dialogue. Il n'est pas rare de constater que tel ou tel cadre dans l'entreprise n'exprime des reproches à ses subordonnés que par téléphone. Une fois en face à face, les récriminations se font plus édulcorées comme si la présence d'autrui l'inhibait. De même, certains ne sont à l'aise avec leur supérieur hiérarchique que dans une relation téléphonique, redoutant le face-à-face.

e) Le téléphone, au carrefour d'un formidable développement de la communication interne.

La maîtrise du téléphone au sein des relations internes dans l'entreprise est un passage capital et obligé dans le développement des technologies. En effet, le téléphone est de plus associé à d'autres techniques pour donner naissance à d'autres médias de communication: téléphone associé à l'écran (visiophone) ou téléphone associé à l'informatique (télématique), par exemple. Ces nouvelles technologies, partant du téléphone, influenceront nécessairement la communication interne dans l'entreprise dans un axe de rapidité et d'efficacité.

2. Les déviances à surmonter dans l'utilisation du téléphone.

a) Le début de communication parfois difficile.

Le démarrage d'une relation téléphonique est parfois laborieux pour l'appelé et l'appelant.

1) Pour l'appelé.

Souvent tout se joue lors des premiers mots prononcés: *Oui, j'écoute; Allo ?; Oui; Jean-Louis Dupont;* sont les mots généralement prononcés par celui qui est

appelé et qui décroche son combiné. Un ton sec peut se dégager pour au moins trois raisons:

- Ces mots sont très courts. Ils n'admettent donc pas une modulation du ton qui peut alors apparaître sec;

- Celui qui est appelé au téléphone n'a pas choisi le moment de l'appel. Il peut par conséquent être dérangé dans une suite d'additions, dans une dictée de courriers, dans une réflexion qui risque de s'évanouir si elle était interrompue. Par conséquent, un certain agacement, même inconscient, peut se dégager lors des premiers mots prononcés;

- Le ton peut se révéler d'autant plus sec que l'appelé ne se trouve pas seul dans son bureau. Quand l'appelé se trouve avec une autre personne dans le bureau, il a souvent tendance à «durcir» son ton pour faire montre de son autorité vis-à-vis de son visiteur même et surtout si celui-ci appartient à son service. C'est pourquoi, avant de débiter son message par téléphone, il convient de s'assurer que son interlocuteur se trouve bien seul dans son bureau. Parfois, tout en décrochant son combiné téléphonique, l'appelé continue durant quelques secondes sa conversation avec un interlocuteur qui se trouve, en face à face, dans son bureau.

2) Un démarrage aussi difficile parfois pour l'appelant.

Pour l'appelant, le démarrage de la communication téléphonique est aussi parfois difficile surtout dans le sens subordonné- supérieur hiérarchique: la formulation positive «*Puis-je vous parler deux minutes ?*», qui génère de l'interlocuteur une réponse positive la plupart du temps est de loin préférable à la formulation négative : «*Je ne vous dérange pas ?*» qui, au contraire, suscite de l'appelé des réserves quant à sa disponibilité. Le «*Je vous appelle pour...*», sans imagination, est la façon la plus répandue pour amorcer une communication téléphonique.

b) Un manque de traces écrites.

Effectivement, le défaut d'une relation téléphonique est qu'elle ne laisse pas de traces écrites. D'où des problèmes qui peuvent surgir d'une mauvaise interprétation des dires de l'interlocuteur. C'est pourquoi un dialogue par téléphone appelle de nombreux feedback et mises au point: «*Si je vous comprends bien...*», «*nous sommes donc bien d'accord: vous contactez...*». La reformulation est une action indispensable dans une communication par téléphone. Elle l'est beaucoup plus que pour une relation de face à face où les malentendus sont plus circonscrits du fait de l'appui de la communication non verbale qui aide la compréhension réciproque des protagonistes.