

УДК 81

И.Л. Роляк

Институт иностранной филологии

Университета Яна Кохановского

в г. Кельце, Польша

irene41@rambler.ru

**ПРАГМАТИЧЕСКИЙ (ЦЕЛЕВОЙ) ФАКТОР
КАК ОДИН ИЗ ОСНОВОПОЛАГАЮЩИХ
В ОБУЧЕНИИ ДЕЛОВОМУ ДИСКУРСУ
ИНОСТРАННЫХ УЧАЩИХСЯ**

**[I.L.Rolak Pragmatic (target) factor as one of the fundamental factors
in teaching business discourse to foreign students]**

The paper gives grounds for the importance of pragmatic constituent of business communication, the realization of which in the process of teaching of Business Russian is essential for achievement of communication and outer communication goals. Such teaching is analyzed from the viewpoint of activity functional-pragmatic approach that can be called discursive because the teaching to foreign students is aimed at acquisition of speech perception and speech production in Business Russian discourses of various genres. All this is updated on the basis of one of the genres of oral Business Russian discourses – a conference, and on implementation of the pragmatic factor in the teaching process. This kind of teaching allows to fill the texts with a new context-oriented content; due to this they are able to model the professional (business) communication i.e. update the extralinguistic content of communication – real situations and formats of communication, real participants of communication in their interaction.

Key words: communication, pragmatics, Business Russian teaching, discourse, activity approach.

В настоящее время основными факторами, определяющими эффективность обучения иностранных учащихся русскому языку делового общения, являются: коммуникация (общение в деловой сфере), прагматика (умение применить приобретенные знания на практике) и культура (социокультурные особенности взаимодействия). Рассмотрение этих факторов в аспекте их реализации в непосредственном взаимодействии (деятельностный подход) отражает факт актуализации *коммуникативно-прагматического* направления в языкознании, которое учитывает достижение целого комплекса целей – внекоммуникативных (практических) и собственно коммуникативных (функциональных) – в процессе реализации текстовых, социальных, дискурсных прак-

тик, которые и репрезентируют социальную жизнь людей, способствуя их ориентации и реализации в социуме. Для достижения намеченных целей общения, для ориентации в конкретных ситуациях общающимся необходимо владеть в совершенстве таким орудием, как язык [4]. Опыт общения (в процессе занятий со студентами) формирует компетенции – коммуникативную, прагматическую, культурную, дискурсивную, социолингвистическую, социальную, и (абсолютно необходимо) – предметную.

Интерес к деловой коммуникации как межличностному и межкультурному взаимодействию особенно активизировался в последние 15 лет. Деловая коммуникация представляет «процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, педагогической. В деловой коммуникации предметом общения является деятельность (дело), и партнер по общению всегда выступает как личность, значимая для другого» [2, с. 15]. Благодаря деловой коммуникации «осуществляется сбор, анализ и систематизация информации как внутри предприятия, так и за его пределами, обеспечивается необходимый уровень взаимодействия с деловыми партнерами, конкурирующими фирмами, потребителями, поставщиками, финансистами, клиентами» [2, с. 11]. Основные цели делового общения – достижение взаимной договоренности, соглашение по какому-либо вопросу или согласование позиций сторон, разрешение конфликтной ситуации.

Сказанное учитывается в обучении русскому языку делового общения (РЯДО) иностранных (в нашем случае – польских) студентов на разных уровнях владения им. Мы рассматриваем обучение с позиций функционально-прагматического подхода, который также можно назвать дискурсным, поскольку обучение направлено на выработку у иностранных учащихся речевосприятия и речепорождения разнообразных по жанрам дискурсов РЯДО. При обучении иностранных студентов РЯДО целесообразно перенесение акцента с текстов (обучение текстовым практикам необходимо, но принципиально недостаточно) на дискурсы. Это позволяет наполнять тексты новым контекст-определенным содержанием, в результате чего они обретают подвижность, способность моделировать профессиональное (деловое) общение, актуализировать экстралингвистическую составляющую общения – реальные ситуации и форматы общения, реальных участников общения в их взаимодействии.

Сегодня вместе с активной разработкой лингвистической наукой дискурсного уровня реализации языка появляется понятие *дискурсная* компетенция. «Не дискурсивная, образованная от термина «дискурсия», то есть речевое воплощение дискурса, а дискурсная, то есть контекстно-определенная: предмет разговора проецируется не только на автора и не только на аудиторию, а на них как единство, целостность» [3, с. 37-38]. Дискурсная компетенция – это знание и владение *ситуацией* общения, *предметом*, *кодами* общения, в том числе речеповеденческим, и это «способность соотнесения этих видов знаний и выработка на их основе умений и навыков, то есть это – со-владение, со-знание, со-деятельность» [3, с. 38]. В первую очередь, это касается изучаемых и порождаемых диалогических и полилогических текстов, ибо дискурс – это прежде всего именно диалог. Латинское слово *discursus* означает именно разговор, беседу, хотя в настоящее время используется для монологической речи [5].

В современной дидактике все большее внимание обращается (кроме иных компетенций, составляющих коммуникативную компетенцию) на *прагматическую компетенцию*, которую можно определить как компетенцию правильного употребления языковых единиц с целью достижения определенной цели не только в данной конкретной и единичной коммуникативной ситуации, но и в системе данного типа деятельности, в определенной сфере опыта в целом. Это важно, так как каждое высказывание кроме семантического наполнения, имеет прагматическое, необходимое для правильной интерпретации как конкретной ситуации, так и деятельности целиком, для достижения как тактических, так и стратегических целей.

Это отвечает новым веяниям эпохи. Авторы документа «Общеввропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, преподавание, оценка» говорят о *дискурсном* и *функциональном* компонентах, необходимых для компетентного владения языком. *Дискурсный* компонент рассматривается в нем как умение правильного порождения, составления или проведения дискурса независимо от его формы, умения применять стратегии взаимодействия, высказываться, развивать тему, учитывая логическое и грамматическое единство высказывания. *Функциональный* же компонент связан с использованием устных и письменных форм дискурса в коммуникации, проводимой с *определенной целью*. Функциональный успех в коммуникации определяется двумя качественными факторами: *беглость* и *связность*, то есть

умение начать и продолжить высказывание, умение выйти из трудной ситуации, а также *точность* высказывания, то есть умение так формулировать свои мысли, чтобы их значение было ясным и выразительным [6].

Прагматический (целевой) фактор деловой коммуникации играет перво-степенную роль в речепорождении/речевосприятии деловых дискурсов, поскольку каждый из них содержит информативную и воздействующую составляющие. Этот фактор реализуется за счет ресурсов экономической составляющей, включающей необходимые сведения о деловой деятельности, в рамках которой обучающимися будет осуществляться межкультурная (межъязыковая) коммуникация. Особенности каждой формы деловой коммуникации включают следующие критерии: цель проведения (зачем?); контингент участников (кто?, с кем?, для кого?); регламент (как долго?); коммуникативные средства реализации намерений (как?); организацию пространственной среды (где?); ожидаемый результат (какой?). Н.И. Формановская определяет *прагматическое пространство языка* как зону, где «язык фиксирует многообразные отношения говорящего к действительности и пользующийся языком в процессе коммуникативной деятельности а) называет; б) указывает; в) выражает эти отношения, а адресат воспринимает и истолковывает эти смыслы»[4, с. 6]. Такое прагматическое пространство именуется *дискурсом*.

Рассмотрим один из жанров устного дискурса РЯДО – *совещание* и актуализацию прагматического фактора в процессе обучения на его примере. Это жанр непосредственного общения, в котором принимают участие два или более коммуникантов. Совещание направлено на согласование определенных позиций по какому-либо вопросу и проходит чаще всего на фирме; в нем принимают участие сотрудники фирмы или какого-то отдела фирмы. Для совещания как жанра деловой коммуникации важно определение места, где оно будет проводиться, разработка повестки дня, которая включает продолжительность совещания, основной вопрос и темы выступлений, участников совещания и необходимые нужные документы. После знакомства с этим жанром делового общения и рассмотрения его характерных особенностей студентам предлагается ролевая игра, в которой они делятся на группы. Каждая группа выбирает руководителя и подчиненных (учет ролевых и статусных характеристик общающихся), разрабатывает тему совещания и круг обсуждаемых вопросов по заданному сценарию. Например, задана тема «Выход фир-

мы X из кризисной ситуации». Информативное моделирование данного сценария представляется следующим образом: предметное наполнение выражается в проработке связанных с ним тем: *кризис, фирма, антикризисное управление, лица, участвующие в антикризисном управлении, паблик рилейшнз*. Частично информация эта отражена в учебнике А. Железник и И. Роляк «Менеджмент и коммуникации. Русский язык бизнеса. Продвинутый уровень» [7], по которому мы проводим занятия со студентами на 2 уровне обучения (магистерское обучение) в образцовых монологических, диалогических и полилогических текстах. Остальную информацию студенты находят сами, используя для этого материалы Интернета и печатные материалы. Учебник построен таким образом, что задает определенную канву последующей работе на занятиях, а также самостоятельной работе студентов. С его помощью проходит ознакомление с устными и письменными дискурсами данного жанра делового общения, лексико-грамматическими конструкциями и клишированными фразами, речевыми стратегиями и тактиками, наиболее актуальными для жанра совещания.

Далее деловая игра реализуется по сценарно-тематическому принципу. Студенты по заданному сценарию организуют полилог-совещание на тему выхода фирмы из кризисной ситуации. Таким образом, задается проблема и сценарий речевого взаимодействия коммуникантов.

Опираясь на классификацию, приведенную В.Карасиком, можно выделить следующие прагмалингвистические характеристики порождаемой речи: естественная (подготовленная) контактная речь; межличностное общение в малой группе; закрытое (служебное) общение; социальные отношения коммуникантов: как горизонтальные, так и вертикальные; жанровые характеристики речи: нарратив, дискурсив, директив; специализация темы [1]. Поскольку прагматика порождаемой речи учитывает еще и ее цель, стоит добавить достижение намеченной цели при помощи определенных стратегий и тактик речевого взаимодействия коммуникантов. В ситуации учебного взаимодействия, максимально приближенного к реальному деловому общению, важна активность группы и конструктивность взаимодействия ее коммуникантов. Важно, чтобы каждый студент высказался, четко, аргументированно, с использованием необходимых языковых средств, а также стратегий и тактик коммуникации. Для этого в группе выбирается руководитель (в дан-

ной ситуации – директор ПР-отдела), который проводит совещание. Сценарий проведения совещания следующий: *Директор высказывается о необходимости проведения акции по выходу из кризисного положения фирмы вследствие (например, выявления СМИ фактов некачественного изготовления каких-либо товаров). Объем продаж фирмы резко упал. На совещании рассматриваются предложения сотрудников фирмы по краткосрочному и долгосрочному ПР-планированию для выхода из кризисной ситуации. Свои мнения высказывают: сотрудники отдела ПР, приглашенный на совещание финансовый директор фирмы. Сотрудники должны представить свои предложения по выходу фирмы из кризиса при помощи разных инструментов ПР (общественно-полезные акции, опровержение в прессе или (если написанное было правдой) – благодарность за выявление нарушений и связанное с этим повышение качества продукции и более строгий контроль процесса производства, промо-акции и т.д.). Задача директора ПР-отдела – четко, логично, кратко сформулировать возникшую проблему и предоставить слово сотрудникам отдела. Задача сотрудников – поиск решения (путем фактов, аргументации, доказательств). Конкретные предложения по улучшению ситуации фирмы. Задача финансового директора – согласиться или не согласиться с решениями, требующими больших расходов (аргументировать финансовым положением фирмы).* Таким образом, участники полилога достигают намеченной цели – выработки решения по выходу фирмы из кризиса и составлению плана дальнейших действий, используя необходимые коммуникативные стратегии и тактики, выражая свои мнения и предложения при помощи соответствующих интенций и разных способов их языкового выражения. Для каждого вида интенций можно подобрать разные формы их языкового выражения, которые могут варьироваться. Например, констатацию возникновения кризисной ситуации (информирование) можно выразить как при помощи следующей фразы: *Уважаемые господа! Сегодня мы собрались, чтобы (с целью, в целях) обсудить возникшую у нас кризисную ситуацию.* Или: *Вопрос, по которому мы сегодня собрались, не очень приятен. Все вы знаете, что...* (здесь дополнительно выражается отношение говорящего к сказанному). Дальнейшее развитие сюжета полилога зависит от его участников и/или заданного плана. В случае, если кризисная ситуация возникла вследствие заведомо ложной статьи в прессе – высказывания участни-

ков и намечаемые ими стратегии дальнейших действий будут идти в одном направлении; если же кризисная ситуация возникла из-за недобросовестного выполнения кем-то заказа, или некачественной продукции, или же чего-то еще – действия и высказывания его участников будут совершенно другими. Но всегда у заданного сценария есть определенный топик – кризисная ситуация и поиск выхода из нее, и, в соответствии с причиной кризиса – дальнейшее планирование. Поэтому определенный набор интенций (информирование, аргументация, согласие/несогласие с говорящим, уточнение информации и т.д.) и клишированных фраз для этого жанра существует, хотя языковое (предметное) наполнение этих высказываний будет варьироваться.

Важно, что в данной ситуации делового общения происходит взаимодействие его участников следующим образом: адресант – целевая группа (сотрудники); адресант – адресат (отдельные члены группы). Причем, адресат в таком взаимодействии воспринимает адресованное ему сообщение, подготавливаясь одновременно к роли отправителя информации, создавая собственное высказывание и производя целую гамму ментальных операций, связанных с передачей этой информации получателю. «Развитие навыков создания дискурса на иностранном языке обусловлено индивидуальным опытом учащегося в роли отправителя, создателя и исполнителя интенции в процессе языковой коммуникации»[5, с. 166]. При взаимодействии говорящий неизбежно контролирует себя, соответствует ли его высказывание его интенции и форме.

Взаимодействие предполагает, естественно, и обратную связь и понимание (о чем мы упомянули выше), реакцию коммуниканта на сообщение, и именно обратная связь делает коммуникацию двусторонним процессом. Исправная коммуникация возможна только в случае, если в сознании отправителя и получателя информации присутствуют некоторые общие коммуникативно-когнитивные структуры – фреймы, отсутствие которых может затруднить коммуникацию и привести к коммуникативным неудачам.

Итак, в процессе создания дискурсивного события совещания мы наблюдаем, как жанр выступления директора ПР с докладом (информирование о положении фирмы) преобразуется в жанр делового совещания, в котором учащиеся не просто механически используют пройденную лексику и языковые конструкции, а придумывают название и профиль компании (каждая группа придумывает свой), кризисную ситуацию, распределяют между собой роли и прорабатыва-

ют различные способы языкового выражения для достижения намеченной коммуникативной цели. В зависимости от ситуации планируется бюджет и планы, связанные с выходом фирмы из кризиса, определяются этапы антикризисного управления и назначаются лица, ответственные за определенные операции. Учащиеся актуализируют необходимые интенции и способы их выражения (согласие/несогласие, аргументацию, возражение, информирование и т.д.). Они должны хорошо представлять – что и кому говорить, какова цель каждого из говорящих, как аргументировать свои предложения или возражения.

В дальнейшем, в зависимости от того, какова была причина кризисной ситуации, полилог завершается, например, составлением иска, в котором в качестве ответчика выступает газета, опубликовавшая заведомо ложные сведения. Если же обвинения в адрес фирмы были справедливыми – разрабатывается PR- стратегия по выходу фирмы и организации каких-либо общественно-полезных акций (составление плана мероприятий). Таким образом, жанр устного дискурса трансформируется в письменные, являющиеся как бы заключительным этапом, подведением итогов совещания.

В заключение добавим, что понимание главной цели, необходимого языкового выражения для отдельных элементов поставленных перед студентами задач, сознательное участие в планировании и реализации задачи, в достижении главной цели свидетельствуют о самореализации учащихся. При таком подходе учащийся является соорганизатором и активным участником процесса обучения, что в настоящее время рассматривается в требованиях европейского образования как необходимое условие успешного усвоения языка.

При таком обучении русскому языку делового общения реализуется когнитивный аспект деятельностного подхода, который необходимо предвидит рассмотрение лингводидактического процесса с субъектной стороны. Обучающийся в этом случае рассматривается как полноценный субъект (участник) этого процесса. Одной из основных предпосылок коммуникативного аспекта деятельностного подхода является сосредоточение процесса обучения на учащемся как субъекте дискурсивной деятельности (учитывающей прагматику делового общения), активное вовлечение его в лингводидактический процесс в качестве равноправного субъекта (функция самообучения) и принятие ответственности за результаты его собственного языкового образования.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Карасик В.И.* Язык социального статуса. Социолингвистический аспект. Прагмалингвистический аспект. Лингвосемиотический аспект. М., 2002.
2. *Панфилова А.П.* Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 2004.
3. *Ухванова-Шмыгова И.Ф.* От понимания текста к пониманию мира и как использовать новое знание в педагогическом процессе. // *Język a edukacja. Kształcenie językowe* (ред. J. Nocoń и B.Skowronek). Opole 2012.
4. *Формановская Н.И.* Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. М., 2002.
5. *Dakowska M.* Psycholingwistyczne podstawy dydaktyki języków obcych. Warszawa, 2001.
6. *Zajac J.* Komunikacja-Dyskurs-Zadanie. Nowe akcenty w glottodydaktyce // *Nauczanie dwujęzyczne w Polsce i w Europie* (ред. Z. Dzięgielewskiej). Варшава. 2007. (Электронный ресурс) http://www.bc.ore.edu.pl/Content/35/Dwujezyczne_polska.pdf [Дата доступа: 04.09.2011]
7. *Żelezík A., Rolák I.* Менеджмент и коммуникации. Русский язык бизнеса. Продвинутый уровень. Kielce, 2012.

REFERENCES

1. *Karasik V.I.* The language of social status. Sociolinguistic aspects. Pragmalin-aspect-linguistic. Lingvosemiotichesky aspect. M., 2002.
2. *Panfilov A.P.* Business communication in professional activities. SPb., 2004.
3. *Uhvanova-Shmygova I.F.* From the understanding of the text to understand the world and how to use the new knowledge in the pedagogical process // *Język a edukacja. Kształcenie językowe* (ed. J. Nocoń and B.Skowronek). Opole 2012.
4. *Formanovskaya N.I.* Speech communication: communicative-pragmatic approach. M., 2002.
5. *Dakowska M.* Psycholingwistyczne podstawy dydaktyki języków obcych. Warszawa, 2001.

6. *Zajac J.* Komunikacja-Dyskurs-Zadanie. Nowe akcenty w glottodydaktyce // Nauczanie dwujęzyczne w Polsce iw Europie (eds. Z. Dzięgielewskiej). Warsaw. 2007 (electronic resource-ny) http://www.bc.ore.edu.pl/Content/35/Dwujezyczne_polska.pdf [Date Dost na: 04.09.2011]
7. *Żelezik A., Rolak I.* Management and communication. Russian business language. Come on-th level. Kielce, 2012.

7 сентября 2014 г.
