

---

## КОММУНИКАЦИЯ И ПРАГМАТИКА В ОБУЧЕНИИ ПОЛЬСКИХ СПЕЦИАЛИСТОВ РУССКОМУ ЯЗЫКУ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Ирина Роляк

Университет Яна Кохановского  
г. Кельце, Польша

В статье рассматривается вопрос обучения польских учащихся русскому языку делового общения с учетом коммуникативного и прагматического аспектов. В деловой коммуникации предметом общения является деятельность (дело), и партнер по общению всегда выступает как личность, значимая для другого. Обучение коммуникации в области деловой деятельности невозможно без прагматики, которая показывает, как правильно вести деловую деятельность, участвовать в реальном общении в сфере бизнеса, учитывая социальные роли коммуникаторов, а также то, при помощи каких стратегий и тактик можно достигнуть желаемого результата. Мы иллюстрируем сказанное на примере ролевой игры «Прием на работу».

**Ключевые слова:** коммуникация, прагматика, обучение русскому языку делового общения, сценарии, ролевая игра

Деловая коммуникация — это «процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, педагогической и пр. В деловой коммуникации предметом общения является деятельность (дело), и партнер по общению всегда выступает как личность, значимая для другого» [4. 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» [4. С. 11]. По мнению В.Б. Кашкина, в целом коммуникационные процессы, в которых участвуют организации, можно разделить на коммуникацию внутри организаций (внутренняя коммуникация) и внешнюю коммуникацию (фирма — налоговая инспекция, фирма — группа потребителей или клиентов; фирма — поставщики сырья и т.д.) [2. С. 212—213]. Следует заметить, что интерес к деловой коммуникации как межличностному и межкультурному взаимодействию особенно активизировался в последние 15 лет.

Коммуникация, в том числе деловая, как известно, состоит из передачи сообщения отправителем получателю с целью передачи информации или оказания воздействия на него. В деловом дискурсе специфика передачи информации состоит в том, что она выполняет две базовые функции — выразительную, состоящую в согласовании деловых знаний (компетенций), а также функцию воздействия, состоящую в налаживании сотрудничества. Это можно представить в виде следующих схем:

Адресант → сообщение 1 (выражение компетенции);

Адресант → сообщение 2 (предложение сотрудничества, воздействие);

Адресат → сообщение 1 (согласование собственной компетенции с сообщением);

Адресат → сообщение 2 (реакция на воздействие).

Сообщение может быть закодировано с помощью вербальных или невербальных знаков, символов, системы смыслов [4. С. 12]. Такое взаимодействие предполагает обратную связь и понимание, реакцию коммуниканта на сообщение, именно обратная связь делает коммуникацию двусторонним процессом. Действенная коммуникация возможна, только если в сознании отправителя и получателя информации присутствуют некоторые общие коммуникативно-когнитивные структуры — фреймы, отсутствие которых может затруднить коммуникацию и привести к коммуникативным неудачам. Следует также отметить, что в процессе коммуникации и отправитель, и получатель может быть представлен одним человеком или группой людей, имеющих свой жизненный опыт, на формирование которого повлияли семья, образование, культурная, религиозная и общественная среда и т.д., поэтому восприятие полученной информации может пониматься по-разному представителями разных культур.

Собеседники, вступающие в коммуникацию с представителями иной культуры, должны осознавать себя как участников межкультурной коммуникации и настаивать на эффективное общение, выбирая нужные коммуникативные средства, зная культуру страны собеседника и т.п.

Для профессионального общения важны такие понятия, как «интеракция» и «перцепция». *Интеракция* заключается во взаимодействии между людьми и организации такого взаимодействия. Вслед за А.П. Панфиловой можно выделить следующие виды такого взаимодействия:

- групповая интеграция (совместная трудовая деятельность, кооперация);
- конкуренция (соперничество);
- конфликт.

*Перцепция* означает процесс восприятия, способствующий взаимопониманию участников общения и направлена:

- на формирование содержания межличностного восприятия;
- содействие установлению взаимопонимания;
- обеспечение влияния участников совместной деятельности друг на друга

[4. С. 13].

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?); организация пространственной среды (где?); ожидаемый результат (какой?).

Общение между участниками коммуникации обычно включает следующие элементы: обращение; запрос (вопрос, затребование информации или описание ситуации); ответ (представление информации или описание ситуации); согласование действий (взаимодействие); ожидаемый результат (совместные акции, договоренности, решения). Для достижения желаемого результата все компоненты разговора должны быть обоснованы и мотивированы. Его эффективность зависит не только от компетентности его участников, но и от манеры держаться, двигаться, речевой культуры и умения слушать, формулировать свое собственное суждение, обосновывать возражения и др.

По мнению М.К. Любимовой, общение заключается не только в передаче какой-либо информации, но и в передаче смыслов, а социальный мир коммуникантов возводится во взаимных, обоюдно направленных актах изложения и интерпретации смыслов. Например, если говорящий сообщает о том, что сегодня хорошая погода, вполне возможно, что его высказывание является предложением пойти погулять. Такие проблемы семантико-прагматического характера пытается разрешить *инференционная модель коммуникации* [3. С. 7].

В свою очередь, *«интеракционная модель коммуникации* в качестве главного принципа выдвигает взаимодействие, помещенное в социально-культурные условия ситуации. Эта модель учитывает значительно большее число факторов коммуникативного общения, поскольку не только языковые структуры, но и вся коммуникативно-обусловленная социальная практика объясняет природу формирования смыслов в общении. Данная модель помещает в центр внимания аспекты коммуникации как поведения» [3. С. 7].

Важной составляющей коммуникативной компетенции обучаемого является прагматическая компетенция, предполагающая такую организацию коммуникативных действий, используемых в общении, которая обеспечивала бы обучаемых умениями реализовывать высказывания в соответствии с коммуникативными интенциями, ситуациями и другими условиями речевого общения [1. С. 47]. Т.М. Балыхина отмечает, что прагматическая компетенция включает:

— компетенцию дискурса — владение правилами и умениями построения высказываний, их объединения в текст;

— функциональную компетенцию — совокупность умений, связанных с использованием высказывания для выполнения различных коммуникативных функций: поиска и сообщения фактической информации, выражение собственного мнения и выяснение мнения других (согласия, вероятности, уверенности, интереса и т.д.), привлечение внимания, выражение совета, побуждения;

— компетенцию схематического построения речи — умение последовательно строить высказывание в соответствии со схемами взаимодействия, так как коммуникативная деятельность предполагает четко организованную последовательность действий ее участников, а любой процесс общения можно представить схематично [1. С. 48].

Поскольку общение понимается как деятельность [5], обучение языку, а тем более языку делового общения, используемого в сфере деловой деятельности, должно проходить с позиций коммуникативно-прагматического направления в языкознании. Как пишет Н.И. Формановская, коммуникативный подход вскрывает такие свойства языковых единиц, которые проявляются в общении; здесь «актуализируются интенциональные, социальные и другие сугубо коммуникативные смыслы»; в то время как прагматический подход учитывает тот значимый компонент языковых единиц, который связан с человеком, использующим язык «для достижения поставленных целей при ориентации в ситуации в целом, в социальных признаках адресата и т.д.» [5. С. 5].

Деловая деятельность осуществляется в устной или письменной форме, поэтому обучение учащихся русскому языку делового общения направлено на вы-

работку у них умения участвовать в реальном общении в сфере бизнеса и коммерции (устном или письменном) с использованием необходимых коммуникативных стратегий и тактик и использованием необходимых для этого языковых средств. Стратегиями называют «средства, которые применяет пользователь языка для мобилизации своих ресурсов (когнитивных, эмоциональных, лингвистических), для активизации навыков и умений успешного решения коммуникативной задачи» [1. С. 50]. Таким образом, именно решение коммуникативных задач при помощи языкового, прагматического и культурного (учитывающего различия в общении поляков и русских) факторов может характеризовать сформированную коммуникативную компетенцию учащегося. Сказанное достигается при помощи ролевых игр по заданному сценарию.

Рассмотрим на примере ролевою игру «Прием на работу» на продвинутом уровне владения русским языком делового общения. До начала деловой игры (устного продуцирования деловых дискурсов в группах) учащиеся знакомятся с текстами на тему приема на работу, критериями оценок кандидатов, резюме кандидатов, анализируют резюме, обнаруживая сильные и слабые стороны их составления, знакомятся с должностными инструкциями для определенной должности. При этом они работают с лексикой, необходимой для составления устных и письменных текстов на данную тему: *наем персонала (прием на работу), рекрутинг, рекрутер, подбор персонала, управленческое звено, папка, возрастные ограничения, профессиональные качества, должность, целостность резюме, соискатель, собеседование (интервьюирование кандидата), вакантное место (вакансия), численность штата, перегруженность информацией, отвергнуть резюме* и др. Затем анализируются и прорабатываются возможные диалоги и полилоги на тему найма персонала. Рекомендуются также, чтобы до начала ролевой игры учащиеся сами просмотрели российские и польские интернет-сайты, содержащие информацию по этой теме. До начала игры можно также составить ролевою игру, в которой принимает участие менеджер по персоналу и сотрудник отдела персонала, которые из нескольких представленных резюме выбирают 2—3 наиболее соответствующих вакантной должности. При этом каждый раз (в зависимости от группы учащихся, выбранных должностей и творческих возможностей участников полилога) образуются новые ситуативные дискурсы, ни один из них не повторяется, поэтому здесь следует говорить именно о формировании дискурсов на сценарной основе дискурсивных моделей, хранящихся в памяти в виде определенных фреймов, соответствующих той или иной коммуникативной ситуации. Когда отображены 2—3 кандидата, можно перейти к деловой игре «Беседа с поступающими на работу». В ней принимают участие менеджер по персоналу и кандидаты на должности. Менеджер по персоналу должен продумать и проработать вопросы, которые он задаст кандидату (кандидатам), а они, в свою очередь, должны подготовиться к ответу на них. Приблизительный список возможных вопросов и ответов также прорабатывается заранее. Кандидат должен уметь уклониться от ответа, правильно ответить на вопрос, например, вместо общих фраз типа «Благодаря моей работе в отделе продаж в фирме „Х“ объем продаж существенно увеличился» следует сказать: «Благодаря моей работе.... объем продаж в течение только одного года возрос на 15%»; если же кандидат не имеет достаточно-

го опыта работы на должности, на которую он претендует (например, он только закончил институт), тогда он должен продемонстрировать свои личные качества, способность быстро обучаться, мобильность, наличие практики в этой области, подтвержденной сертификатами, дипломы и т.д. Для этого учащиеся должны овладеть умением правильно использовать и выражать различные языковые интенции, с необходимым использованием прагматического компонента: *знать, для чего это нужно, с какой целью надо это использовать и как это правильно сделать.* Представим фрагмент образца такого диалога:

**Менеджер по персоналу:** С какими основными проблемами вам приходилось сталкиваться и как они были решены? Какие наибольшие достижения и неудачи ваших проектов?

**Кандидат:** О достижениях я уже сказал несколько слов. Могу еще добавить, что секрет компании прост — постоянно следить за качеством и привлекательным дизайном товара, прислушиваться к веяниям моды; а также, что не менее важно — прислушиваться к мнению покупателей (с этой целью мы периодически проводили анкетирование среди клиентов), относиться к работникам как к партнерам, вести жесткий контроль над затратами, аккуратно производить закупки. При входе в каждый фирменный магазин «Альянса» висит табличка «Мы продаем дешевле», а у входа вас обязательно встречает приветливый и улыбчивый сотрудник-консультант. В результате — затраты на рекламу несколько уменьшились.

Неудачи — их было немного; и это было связано с постоянно возрастающей конкуренцией на рынке техники. Мы пытались тогда увеличить объем продаж путем увеличения объема рекламы — но это не помогло, зато теперь мы знаем — это не совсем правильный путь.

Как видно из приведенного отрывка, кандидат очень подробно описывает свои достижения; о неудачах же говорит немного, но также очень конкретно, хотя подчеркивает, что *это было связано с постоянно возрастающей конкуренцией на рынке техники* (т.е. имплицитно здесь содержится информация, что в этих неудачах виноват не только кандидат).

**Менеджер по персоналу:** Все, что Вы рассказываете, очень интересно. Чем Вы тогда объясните свой уход из этой фирмы? У Вас возникли какие-то конфликты с персоналом?

**Кандидат:** Да нет, ничего подобного. Но, к сожалению, по семейным обстоятельствам мне пришлось уехать из Москвы, а в Вашем городе нет филиала этой фирмы. Зато я слышал очень много хороших отзывов о Вашей ассоциации. Прежде всего — то, что она надежна, никогда еще не подвела своих партнеров, и отношения в ней руководства и персонала — партнерские, как и в моей бывшей фирме. Все это и привело меня к вам. Кроме того, у меня имеется рекомендательное письмо шефа моей фирмы, где он дает мне самые положительные отзывы и рекомендации, где говорится, что я коммуникабелен, гибок, эмоционален, что очень важно для работы в ПР. Мне кажется, что я очень хорошо подойду вашей фирме, тем более, что, как я слышал, Вы набираете специалистов по ПР с целью создать свой отдел.

Увольнение с предыдущего места работы объяснить чаще всего трудно. Безопаснее всего поэтому объяснить это изменением места жительства «по семейным обстоятельствам». Тут же кандидат переключает внимание собеседника, выражая

положительные отзывы о фирме, в которую устраивается на работу, осведомленность о ее работе. Затем следует подчеркнуть свои (кандидата) положительные качества и, как следствие, его соответствие вакантной должности. И это не остается незамеченным менеджером:

**Менеджер по персоналу:** Я вижу, Вы очень хорошо проинформированы о работе нашей фирмы. Не скрою, мне приятно слышать хорошие отзывы о ней. В таком случае, перейдем ближе к делу: на какую зарплату Вы рассчитываете?

**Кандидат:** Не скрою, я рассчитываю на оклад не менее 2000 долл. в месяц. С учетом возможности профессионального роста. Хотелось бы также узнать, каков режим рабочего дня в вашей фирме (я конечно, понимаю, что, если этого потребуют обстоятельства, нужно будет сидеть и 24 часа в сутки, но очень надеюсь, что это не будет повторяться каждый день).

**Менеджер по персоналу:** Режим работы в нашей фирме — преимущественно с 9 до 18 часов. С перерывом на обед с 13—14 часов, однако, как вы сами заметили, иногда нужно будет задержаться дольше. Еще один вопрос: насколько вы мобильны и насколько хорошо знаете английский язык? Это очень важно, так как, возможно, вам придется иногда выезжать в командировки.

Вопрос о зарплате является одним из трудных вопросов интервьюера при приеме на работу и одновременно одним из наиболее часто задаваемых. Поэтому на него надо уметь правильно ответить, не завышая, но и не занижая своих требований по отношению к ожидаемой зарплате. В данном случае кандидат ответил очень конкретно и корректно, затрагивая при этом также вопрос продолжительности рабочего дня в фирме, что также является немаловажным.

**Кандидат:** Языком я владею свободно, прошу не беспокоиться, в резюме я написал правду, и я всегда могу быть в распоряжении фирмы.

**Менеджер по персоналу:** Спасибо за интервью. Я доложу о его результатах моему начальнику. Что касается меня, вы нам вполне подходите.

Мобильность сотрудника — одно из важнейших условий работы в современных фирмах, и не менее важным является знание иностранных языков. Как видим из приведенного отрывка, кандидат и здесь ответил правильно. Следует подчеркнуть, что во всех случаях кандидат отвечал на заданные вопросы достаточно лаконично, не перегружая менеджера ненужной информацией, и вместе с тем исчерпывающе, создавая своими ответами положительное отношение по отношению к себе.

В разговор кандидата с менеджером можно также включить обсуждение пунктов будущего трудового договора: условий и режима работы, конкретных обязанностей сотрудника, обязанностей организации по обеспечению организации труда работника, его безопасности, размера заработной платы и т.д., после чего составляется текст договора в письменной форме.

Как уже было отмечено, учащиеся составляют как устные, так и письменные формы деловых дискурсов. Так, после собеседования менеджер составляет письменное заключение-рекомендацию о приеме кандидата на работу на соответствующую должность. В нем должны быть указаны: оценка деятельности канди-

дата на предыдущем месте работы, оценка профессиональных качеств, таких как мобильность, обучаемость, изобретательность, организаторские способности, стратегическое мышление и т.д., выявленные на основании резюме и собеседования; вывод по результатам изучения и проверки кандидата. Составляется такое заключение-рекомендация по типовому образцу.

Таким образом, прагматический аспект делового общения тесно связан с его коммуникативной направленностью, а также с отношением человека «к языковым знакам, с выражением его установок, оценок, эмоций, интенций при производстве (и восприятии) речевых действий и высказываний в дискурсах» [6. С. 93].

Заканчивая, приведем слова Т.М. Балыхиной, которая замечает, что «процесс овладения языком четко проявляется в способности учащихся участвовать в реальной коммуникативной деятельности и пользоваться необходимыми коммуникативными стратегиями» [1. С. 50].

### ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Балыхина Т.М.* Методика преподавания русского языка как неродного (нового): Учеб. пособие. — М.: Изд-во РУДН, 2007.
- [2] *Кашкин В.Б.* Основы теории коммуникации: Краткий курс. — 3-е изд. перераб. и доп. — М.: АСТ: Восток-Запад, 2007.
- [3] *Любимова М.К.* Элементы теории и практики делового дискурса (на материале немецкого и русского языков): Учеб. пособие. — Издательство ТГТУ, 2006.
- [4] *Панфилова А.П.* Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. — СПб., 2004.
- [5] *Формановская Н.И.* Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. — М.: Русский язык, 2002.
- [6] *Формановская Н.И.* Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. — М.: ИКАР, 2007.

## COMMUNICATION AND PRAGMATICS IN TEACHING BUSINESS RUSSIAN TO POLISH SPECIALISTS

**Irina Rolak**

Jan Kochanowski University  
*Kielce, Poland*

The paper presents the issue of teaching Business Russian to Polish students with regard to the aspects of communication and pragmatics. In business communication, the activity (business) is considered a topic, and the communication partner is always a personality being important for another part. Teaching communication in business activity is impossible without the pragmatics, which shows how to run business correctly and to take part in real business communication from the point of social role-playing. Such strategies and tactics afford to achieve the desired effect. The aforementioned is shown on the basis of a role-play “*Job application*”.

**Key words:** communication, pragmatics, teaching Business Russian, scenarios, role-play.