

К вопросу о формировании стратегической компетенции при обучении русскому языку как средству делового общения

© кандидат педагогических наук *И. В. Михалкина, 1998*

При коммуникативно ориентированном подходе к обучению русскому языку как средству делового общения итоговой целью обучения является формирование коммуникативной компетенции, к структурным компонентам которой многие исследователи относят стратегическую компетенцию. При этом, в одном случае, под последней понимается умение компенсировать в процессе общения “несовершенные знания правил”, “несовершенное владение чем-либо”, то есть недостаточность знаний языка, а также речевого и социального опыта общения в иноязычной среде¹. В другом случае, стратегическая компетенция рассматривается гораздо шире — как способность эффективно участвовать в общении, выбирая правильную стратегию для повышения эффективности коммуникации². Именно такое понимание стратегической компетенции представляется актуальным в ракурсе обучения русскому языку как средству делового общения, поскольку для этой сферы взаимодействия чрезвычайно важна стратегия общения, которая обычно разрабатывается в соответствии с экстралингвистическими целями коммуникации.

Стратегия довербального уровня, как данность психологического порядка, влияет на характер дискурсивной стратегии. Так, например, в психологии общения выделяют довербальную стратегию “контролёра” и стратегию “понимателя”³. Первая стратегия ориентирована на контроль и заключается в стремлении доминировать во взаимодействии, заставить партнёра принять свой план взаимодействия, своё понимание ситуации. Вторая стратегия отличается ориентацией на понимание ситуации и поведения партнёров, направлена на адаптацию к партнёру с целью

¹ См.: *S. J. Savignon. Communicative Competence: Theory and Classroom Practice. Addison Wesley Publishing Company, 1983*; а также: Пороговый уровень. Русский язык. Том I. Повседневное общение. Совет Европы Пресс, 1996.

² Эта позиция представлена, например, в работах А. В. Коккоты и Л. П. Клобуковой.

³ См. об этом подробнее: Социальная психология и этика делового общения / Под общей ред. проф. *В. Н. Лавриненко*. М., 1995. С. 55-57. (Вместо «понимателя» мы предлагаем использовать слово «адаптер» — *И.М.*)

достижения взаимопонимания и взаимной удовлетворённости общением. При этом следует отметить, что деловое общение отличается своего рода объективным закреплением позиций “контролёра” и “адаптера” за определёнными социально-коммуникативными ролями (ср.: начальник — “контролёр”, подчинённый — “адаптер”; представитель ведущей организации — “контролёр”, представитель малоизвестной/вновь созданной организации — “адаптер”). В связи с этим на выбор стратегии дискурса будут влиять, с одной стороны, позиции коммуникантов по социальной вертикали или горизонтали, с другой стороны, выбор довербальной стратегии общения. Возможные варианты сочетания двух указанных факторов, влияющих на выбор стратегии речевого поведения, представлены в следующей таблице:

Тип социальной позиции коммуникантов	Тип стратегии общения	Тип стратегии речевого поведения
доминирующая позиция	контролёр	А
доминирующая позиция	адаптер	А'
позиция подчинения	контролёр	В
позиция подчинения	адаптер	В'
равнозначная позиция	контролёр	С
равнозначная позиция	адаптер	С'

При диалогическом общении возможны следующие сочетания типов стратегии речевого поведения:

А — В, А — В', А' — В, А' — В', С — С, С — С', С' — С'. Приведём некоторые примеры вариантов речевого взаимодействия в одной и той же экстралингвистической ситуации: сотрудник организации “Х” отправил факс партнёрам, не согласовав его с руководством, что может негативно отразиться на сотрудничестве.

1. Вариант А-В

- (А) — Сергей, Вы понимаете, какую ошибку Вы допустили? Чего она нам может стоить?
- (В) — А что мне оставалось делать в этой ситуации, Игорь Петрович? Партнёры срочно требовали ответа.
- (А) — Надо было согласовать с руководством, прежде чем отправлять им факс!
- (В) — Но ведь никого не было! И потом, Игорь Петрович, я считаю, что я, как исполнитель по этому договору, знаю ситуацию и могу принимать решения. Я же не первый день работаю!

2. Вариант А — В'

- (А) — Сергей, Вы понимаете, какую ошибку Вы допустили? Чего она нам может стоить?
- (В') — Да, Игорь Петрович, я всё понимаю. Но они несколько раз звонили и просили срочно дать ответ.
- (А) — Надо было согласовать с руководством, прежде чем отправлять им факс!
- (В') — Я пытался связаться с Вами или Олегом Николаевичем. Звонил в приёмную Степанова, просил секретаря, чтобы кто-нибудь из вас после совещания позвонил мне. Но, видимо, она забыла передать. И я рискнул отправить факс, ведь у нас уже были подобные ситуации.

3. Вариант А' - В

- (А') — Как могло так получиться, Сергей? Ведь Вы такой опытный человек в этих вопросах. И вдруг такая оплошность... Теперь нам вместе надо как-то попытаться исправить ситуацию.
- (В) — А что мне оставалось делать в этой ситуации, Игорь Петрович? Партнёры срочно требовали ответа.
- (А') — Всё-таки нужно было дождаться кого-нибудь из нас, посоветоваться.
- (В) — Но ведь никого не было! И потом, Игорь Петрович, я считаю, что я, как исполнитель по этому договору, знаю ситуацию и могу принимать решения. Я же не первый день работаю!

4. Вариант С — С

- (С) — Да, Сергей, ты поторопился. Спросил бы у меня или у Олега, как выйти из этой ситуации. Теперь будем ломать голову, как всё уладить.

- (С) — *А что бы вы могли мне посоветовать? Ведь ни ты, ни Олег не занимались этим договором, не знаете всех нюансов. А партнёры звонили каждые полчаса.*
- (С) — *Надо было потянуть время, дожидаться Игоря Петровича и Олега Николаевича. Они бы такой факс не пропустили.*
- (С) — *Знаешь, это сейчас все дают советы, а тогда я был с этой проблемой один на один.*

5. Вариант С' — С'

- (С') — *Сочувствую тебе, Сергей. Может быть, мы с Олегом чем-нибудь можем помочь? И как так получилось? У тебя ведь никогда не было никаких проблем такого рода.*
- (С') — *Спасибо. Сейчас сам не знаю, зачем поторопился? Ты же помнишь, телефон накалился от их звонков.*
- (С') — *Конечно, надо было, наверное, как-то потянуть время, дожидаться начальства. Ну, ничего. Не переживай. Всё уладится.*
- (С') — *Надеюсь. Я сейчас прорабатываю несколько вариантов. Зайду к тебе посоветоваться.*

Как видно из примеров, от типа стратегии речевого поведения зависит выбор вербальных средств. Кроме того, для каждого варианта будут характерны определённое просодическое оформление речи (интонация, громкость, тембр, паузы, вздохи), а также использование других невербальных средств общения (поза, жесты, мимика, визуальный контакт, дистанция). Всё это необходимо учитывать при формировании стратегической компетенции учащихся при обучении русскому языку как средству делового общения. При чём для этого нужна определённая база — достаточно высокий уровень сформированности языковой, дискурсивной и социолингвистической компетенций.

Одной из сложных методических проблем является формирование стратегической компетенции при обучении диалогической форме общения, развитию речевых умений, необходимых для адекватного участия в диалоге-торге. Участники данного типа диалога — представители договаривающихся в ходе переговоров сторон. Преследуемая цель общения — отстаивание позиций фирмы. Специфика данного диалога заключается в его корреляции с тематико-ситуативным фрагментом общения (ТСФ) “Осуществление сделки”, в его реализации на этапе переговоров по контракту и в его соотносённости с темой “Условия поставки”.

В реальной коммуникации диалог-торг обычно представляет собой макродиалог, то есть последовательность диалогических единств, поро-

ждаемых цепью возникающих в ходе общения речевых ситуаций, которые “формируют условия основной ситуации или создают новые возможности для достижения задачи, поставленной говорящим в акте общения”⁴.

Специфика делового общения в данном случае проявляется в том, что переговоры обычно представляют собой несколько отделённых друг от друга определёнными временными отрезками этапов и их речевая программа характеризуется системой тематически взаимосвязанных диалогов-торгов. Партнёры обычно тщательно готовятся к переговорам, вырабатывая стратегию их проведения, которая в реальной коммуникации реализуется при помощи конкретных тактик речевого поведения. В качестве аргументирующих составляющих используются конкретные материалы (деловые письма, договоры, подписанные с другими партнёрами, сводки международных котировок и т.п.), которые представляются в письменном виде и сопровождаются комментариями, которые обычно заранее подготовлены также в письменной форме. Поэтому в данном типе диалога проявляется максимальное сближение устной деловой речи (УДР) с официально-деловым стилем (ОДС). Приведём фрагмент одного из этапов переговоров, представленный в виде диалога-торга:

Заказчик: Господин Бергман, мы тщательно изучили ваше новое предложение. У нас вновь возникают вопросы, связанные с ценой контракта.

Поставщик: Господин Павлов, мы учли ваши пожелания. По-моему, наша новая цена вполне умеренная.

Заказчик: Извините, господин Бергман, но нам кажется, что это слишком высокая цена. Мы полагали, что она будет на 40% ниже первоначальной.

Поставщик: Господин Павлов, вы очевидно не принимаете во внимание последние международные котировки. Цены на оборудование для кирпичных заводов выросли в среднем на 20%. Кстати, мы можем подтвердить предлагаемые нами условия оплаты конкурентными материалами. Вот, пожалуйста, посмотрите контракты, которые мы подписали с партнёрами из Болгарии и Турции.

⁴ Д. И. Изаренков. Обучение диалогической речи. М., 1981. С. 69.

- Заказчик: Мы тоже располагаем конкурентными материалами. Вот, пожалуйста, контракт, подписанный с голландской фирмой.*
- Поставщик: Господин Павлов, мы знаем об этом контракте. Но он был подписан в начале года. Вы же знаете, что за прошедший период рост цен на мировом рынке на этот вид оборудования составил 20%. Поэтому контракт с голландской фирмой никак не может служить доказательством правильности ваших цен.*
- Заказчик: Да, вы правы, господин Бергман. Но этот контракт может служить базой для переговоров. В частности, в нём удачно произведена разбивка цены контракта.*
- Поставщик: Да, конечно. Кстати, господин Павлов, раз мы заговорили о разбивке цены контракта, давайте отложим рассмотрение общей цены и обсудим сначала групповые и позиционные цены. Вы не будете возражать?*
- Заказчик: Нет, мы согласны. Сегодня мы готовы обсуждать групповые цены. Мы сделали расчёты групповых цен и хотели бы сравнить с вашими. Разрешите посмотреть вашу разбивку цены контракта.*
- Поставщик: Вот, пожалуйста.*
- Заказчик: Спасибо. Так... Да, ваши цены отличаются от наших. Нам нужно внимательно их сравнить. Нам на это потребуется некоторое время. Вы можете передать нам эти материалы?*
- Поставщик: Да, конечно, они подготовлены специально для вас. Может быть, мы возобновим наши переговоры через два-три дня?*
- Заказчик: Хорошо. За это время мы сможем подготовить встречное предложение с учётом сравнительного анализа наших с вами разбивок цены.*

Для участия в диалоге-торге от коммуникантов требуются следующие речевые умения:

1. Умение выразить внимательное отношение к позициям партнёра.

2. Умение выяснить/уточнить позицию партнёра.
3. Умение выразить собственную (фирмы) оценку информации, предложенной партнёром.
4. Умение представить свою позицию по данному вопросу.
5. Умение аргументировать приемлемость/объективность своей позиции (мнения) и неприемлемость/необъективность позиции партнёра.
6. Умение перехватить инициативу, ограничить активность собеседника.
7. Умение выразить своё пожелание по поводу действий партнёра.
8. Умение предложить вниманию партнёра аргументирующие материалы и прокомментировать их.
9. Умение поблагодарить за внимание партнёра к своей позиции и стремление к поиску компромиссного решения.
10. Умение заверить партнёра в своём стремлении учесть его пожелания.
11. Умение подвести итоги переговоров.
12. Умение наметить план дальнейших действий.

Кроме перечисленных речевых умений, в диалоге-торге необходимы умения, связанные с ведением диалога-расспроса, диалога-переспроса, диалога-уточнения/дополнения, диалога-возражения.

Таким образом, диалог-торг представляет собой сложное коммуникативное явление. Для участия в данном диалоге требуется довольно высокий (в объёме третьего уровня владения русским языком как средством делового общения) уровень сформированности коммуникативной компетенции, его стратегического компонента, в частности.