

УДК 378.1

Роляк Ирина Леонидовна

Университет Яна Кохановского, Институт иностранной филологии
Польша, Кельце¹

Адъюнкт

Кандидат филологических наук
irene41@rambler.ru

Дискурсный подход в обучении иностранных студентов русскому языку делового общения

Аннотация. В статье обосновывается целесообразность дискурсного подхода в обучении русскому языку делового общения в иностранной аудитории. Целью профессионально-ориентированного обучения иностранному языку является приобретение одновременно двух глобальных компетенций: когнитивно-коммуникативной (с функциональной перспективы) и дискурсной (с прагматической перспективы), необходимых для исправной коммуникации во всех ситуациях профессионального общения. Это связано со все большим вниманием к контексту высказываний в обучении иностранным языкам. Такое обучение учитывает реализацию социальных, текстовых и дискурсных практик в реальных коммуникативных ситуациях делового взаимодействия. Названный подход начал применяться нами на занятиях в связи с необходимостью создания более совершенной модели обучения русскому языку делового общения, которая позволяла бы будущим специалистам быть компетентными в дискурсном отношении сначала – в учебных, а в будущем – в реальных ситуациях делового общения. Дискурсный подход рассматривается в данной статье на примере тематического блока «Цели и задачи изучения рынка». При таком подходе рассматриваемые в качестве образца и порождаемые студентами тексты играют роль «трансформеров», имеющих определенную сценарную структуру, но каждый раз наполняемых новым контекст-определенным содержанием.

Ключевые слова: дискурсный подход; обучение; русский язык делового общения; иностранная аудитория; коммуникация; когниция.

¹ ul. Świętokrzyska 21D, 25-406 Kielce (Polska)

В настоящее время можно заметить, что обучение иностранному языку все более фокусируется на тексте, сопряженном с контекстом. Сказанное относится также к обучению иностранных учащихся русскому языку, и, в частности, русскому языку делового общения (далее: РЯДО). Основу такой фокусировки представляют собой коммуникация и когниция, являющиеся неразделимыми составляющими любого обучения языку (в данном случае – РЯДО); прагматика (знания предмета общения и умение применить эти знания на практике); а также культурные особенности такого общения. Такое обучение, которое можно назвать коммуникативно-прагматическим, а также деятельностным (поскольку оно имитирует деловую деятельность), соответствует коммуникативно-прагматическому направлению в языкознании, рассматривающему как собственно коммуникативные, так и внекоммуникативные цели, проявляющиеся в реализации социальных, текстовых, дискурсных практик в реальных коммуникативных ситуациях делового взаимодействия.

В свою очередь, цель профессионально-ориентированного обучения иностранному языку (в нашем случае – РЯДО) – приобретение одновременно двух глобальных компетенций: когнитивно-коммуникативной (с функциональной перспективы) и дискурсной (с прагматической перспективы), необходимых для исправной коммуникации во всех ситуациях профессионального общения. В нашей работе такой подход получил название деятельностного. Содержание профессионально-ориентированного уровня обучения определяется данной целевой установкой. В рамках такого обучения мы обучаем языку специальности. Это означает, во-первых, накопление специальной терминологии (на базе владения общезыковыми лексико-грамматическими компонентами); а во-вторых, активное освоение тех грамматических (синтаксических) особенностей, которые характеризуют официально-деловой стиль речи. При этом внимание учащихся привлекается к особенностям языка той специальности, которую они изучают, то есть особенностям языка делового общения. В-третьих, иностранцы, изучающие РЯДО, учатся принципам структурирования высказывания, как письменного, так и устного: имеются в виду приемы комментирования, анализа, синтеза, аргументирования и дискуссии. Сказанное соответствует мнению польского методиста В. Возньевича, который полагает, что изучение языка (языковой коммуникации) и сама коммуникация при помощи языка происходит всегда в определенной социальной группе во взаимодействии с членами этой группы в рамках определенного типа отношений. Будучи членом определенной социальной группы, человек учится умению вступать во взаимоотношения с ее членами не произвольным образом, а согласно существующим в ней нормам поведения, алгоритмам организации деятельности, включая способ осуществления речевых действий в определенных ситуациях в процессе коммуникации, напр., способов речевого поведения в контактах с лицами, имеющими тот или иной статус и позицию в обществе (Woźniewicz 1991: 196).

По нашему мнению, применительно к РЯДО следует говорить не столько о текстах, но, прежде всего, о дискурсах, так как используемые на занятиях тексты порождаются в результате профессионального общения и имеют экстралингвистические особенности общения, используются в особых ситуациях и часто имеют также определенных участников общения, что позволяет классифицировать их как определенный прагмафункциональный тип языковой деятельности, т.е. дискурс. По мнению Ю.Е. Прохорова, текст обеспечивает только содержательно-языковую основу действительности (и представляет собой интровертивную фигуру коммуникации), в то время как дискурс – содержательно-речевую основу (собственно-вербальную – и обычно с невербальным компонентом), то есть направленную на внешний мир и деятельность, вследствие чего его можно считать «экстравертивной фигурой коммуникации»). Важной является также сама материальная фигура коммуникации – действительность (Прохоров 2004:33-34). В свою очередь, О.В. Лешак говорит о «тексте, вовлеченном в речевую деятельность в рамках определенного функционального типа

языкового опыта». И, по его мнению, именно такой «функционально-прагматический вариант языковой деятельности, ограниченный сферой, родом и тематикой языкового опыта, сопряженный с определенными участками языковой способности и специфическим характером речевой деятельности, воплощенный в соответствующих им текстах, можно назвать дискурсом (Лещак 2009: 23).

Сказанное касается как монологических, так и диалогических, а также полилогических текстов. По замечанию М. Даковской, дискурс – это не только монологический текст. Это прежде всего именно диалог. Она отмечает, вслед за Г. Кларком (H. Clark, 1994), что латинское слово *discursus* означает именно разговор, беседу, хотя в настоящее время используется также для монологической речи (Dakowska 2001:165). При непосредственном разговоре друг с другом происходит взаимодействие его участников, их может быть два или более, здесь могут находиться также сторонние наблюдатели.

Дискурс в нашем подходе понимается как функционально-текстовое коммуникативное бытие (в социальном и деятельностном контексте), содержание которого репрезентировано *информативной* и *интерактивной* составляющими в их единстве и взаимодействии. Так, на продвинутом уровне владения РЯДО учащиеся познают не только новое для них поле общения, но и специфику вербализации иной деятельности, иных отношений, способам интеракции с учетом актуализации иного коммуникативно-ролевого поведения участников общения. А от того, насколько удачно осуществлена подборка информативной составляющей делового общения (тексты, задания) зависит эффективность обучения деловому общению иностранных студентов (вначале ролевому взаимодействию в учебных группах) и дальнейшего применения приобретенных знаний и умений в их профессиональной деятельности.

Специфика реализации дискурсного подхода в обучении РЯДО на продвинутом уровне представлена в настоящей статье с опорой на учебник А. Железик и И.Роляк «Менеджмент и коммуникации. Русский язык бизнеса. Продвинутый уровень» (Żelezik, Rolak 2012), который был апробирован на занятиях по РЯДО в институте иностранных языков университета имени Яна Кохановского (Кельце, Польша).

Названный подход начал применяться нами на занятиях по РЯДО в связи с необходимостью создания более совершенной модели обучения русскому языку делового общения, которая позволяла бы будущим специалистам быть компетентными в дискурсном отношении сначала – в учебных, а в будущем – в реальных ситуациях делового общения. Таким образом, наряду с «языковой личностью» (термин Ю.Н. Караулова) (Караулов 2010), «коммуникативной личностью» (термин В.Б.Кашкина) (Кашкин 2007), «речевой личностью» (Ю.Е.Прохоров) (Прохоров 2003:59) может возникнуть необходимость выделять также *личность дискурсную (дискурсивную)*, т.е. сочетающую в себе совокупность дискурсных (равно языковых, как и речевых) знаний, умений и навыков, обеспечивающих успешную реализацию вербально-регулятивных интенций в различных типах опытной деятельности.

Известно, что в процессе речевой деятельности, равно во взаимодействии с другими участниками общения, как и в ходе индивидуальной творческой активности, связанной с личностной самореализацией ярко проявляются оба аспекта личности – как индивидуальный, так и социальный (Пивонова 2005: 17). Поэтому на занятиях по РЯДО большое внимание уделяется проблемным, нередко даже конфликтным, ситуациям делового взаимодействия коммуникантов. Сказанное соответствует и новым рекомендациям Совета Европы (Europejski system: 2003), касающимся обучению иностранному языку. Так, одновременно с обязательными умениями, связанными с обучением языку (лингвистическая и социолингвистическая компетенции), все большее внимание обращается на *прагматическую компетенцию*, о которой мы уже упоминали выше и которую можно определить как

компетенцию успешного (эффективного) употребления языковых единиц для достижения цели не только в данной конкретной и единичной коммуникативной ситуации, но и в системе данного типа деятельности и определенной сфере опыта в целом. Это важно, поскольку каждое высказывание, кроме семантического наполнения, имеет также прагматическое, необходимое для правильной интерпретации как конкретной ситуации, так и деятельности целиком, для достижения равно тактических и стратегических целей. И в связи с этим авторы «Общеввропейских компетенций владения иностранным языком...» говорят прежде всего о *дискурсном* и *функциональном* компонентах. Дискурсный компонент понимается здесь как умение правильного порождения, составления или проведения дискурса независимо от его формы, то есть умение применять стратегии взаимодействия, высказываться, развивать тему, и т.д., учитывая логическое и грамматическое единство высказывания. Второй компонент – функциональный – связан с использованием устных и письменных форм дискурса в коммуникации, реализуемой с определенной целью. В свою очередь, 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 (Zajac 2007).

Рассмотрим сказанное на примере из нашего учебника. Оговоримся сразу, что учебник создает только канву дальнейшей самостоятельной работы студентов, активизирующей их мыслительную и творческую деятельность. Одним из тематических блоков названного нами учебника является блок *Цели и задачи изучения рынка*, который включает в себя тексты, имеющие предметную направленность, позволяющие учащимся овладеть необходимыми предметными знаниями, а также соответствующей лексикой. Кроме того, информативная составляющая включает в себя также лексико-грамматические задания, необходимые для порождения студентами релевантных для данной темы высказываний и текстов. Среди них такие, например, как образование (еще до прочтения текста) логически оправданных словосочетаний, путем соединения слов и словосочетаний в разных комбинациях (из левой и правой колонок). Таким образом, еще до работы с текстом студенты учатся при помощи языковой догадки связывать слова и словосочетания. Естественно, здесь может и должна допускаться вариативность возможностей. Допускаются также определенные недочеты и даже ошибки. Но тем не менее, такие задания побуждают студентов к мыслительной деятельности. Кроме выполнения указанного выше задания, студенты также пытаются объяснить значения терминологических слов и словосочетаний, подобрать к ним синонимы или антонимы и т.д. Ср.: *анализ ситуации внутри предприятия – вне предприятия; сумма продаж единицы продукции – партии продукции; крупный оптовик – мелкий оптовик; оптовик – ритейлер* и т.д. Среди грамматических предтекстовых упражнений обычно повторяются конструкции, наиболее употребительные в том или ином типе дискурса. Это, например, способы выражения целевых отношений при помощи простых и сложных предложений. Ср.: *Стимулирование продаж проводится для немедленного изменения поведения потребителей – Стимулирование продаж проводится для того, чтобы немедленно изменить поведение потребителей* и др. Данные задания дополняются и корректируются после прочтения текста «Смысл и задачи изучения рынка» (имеет место изучающее чтение). Понимание и правильная интерпретация смысла прочитанного проверяются при помощи таких заданий, как: *Вставьте вместо точек один из приведенных ниже вариантов (а, б, в или г)*. При этом рекомендуется не заглядывать в текст, и только после выполнения задания сверить его с текстом. Ср.: *Изучение рынка – это вид социальной технологии, направленной на выявление: а) слабых сторон сегмента рынка; б) возможностей повышения прибыли; г) эффективных средств управления рынком; г) условий, способствующих развитию*. Такие задания направлены на рецептивные умения восприятия текста в целом, а также выборочной

информации в нем. В свою очередь, во время проверки выполненного задания студенты сверяют их с текстом (осуществляется выборочное чтение).

После получения студентами необходимой информации и проработки ее языкового выражения начинаются собственно продуктивные (интерактивные) задания по проходимой теме. По образцу полилога-совещания на тему «сбор информации в рамках изучения рынка» (который студенты не только читают по ролям, но и последовательно переводят – один из них выступает в роли переводчика) они составляют собственный текст, выбирая иной профиль компании, определяя иную цель маркетинговых исследований и т.д. При этом они используют интенции (отмеченные ранее в прочитанном тексте и оговоренные), выражающие согласие/несогласие, сомнение, беспокойство, надежду, готовность, поручение. При выполнении этого и других заданий студенты ищут информацию в Интернете и других источниках (газетных, журнальных), после чего составляют в группах полилоги, в которых они самостоятельно (или с помощью преподавателя) выбирают действующих лиц. Таким образом, организуется деловая игра, целью которой является речепорождение делового дискурса на данную тему. Причем, у каждой группы продуцируется собственный неповторимый текст, структурированный по определенному сценарию, который затем разыгрывается студентами: они слушают друг друга и оценивают каждую из групп вместе с преподавателем, выявляя как ошибки, так и сильные стороны. Студенты выступают в ролях директора, топ-менеджеров, обычных рядовых сотрудников, клиентов, покупателей, партнеров по бизнесу, переводчиков. Преподаватель также может включаться в игру в одной из ролей или контролировать и оценивать каждый из создаваемых ситуативных дискурсов (микродискурсов). Адресат в таком взаимодействии старается понять адресованное ему сообщение, в то же время подготавливаясь 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» (Dakowska 2001:166). При взаимодействии говорящий неизбежно контролирует себя, соответствует ли высказывание его собственной интенции и форме.

После этого данный тип микродискурса трансформируется в иные письменные или устные разновидности дискурсной деловой деятельности. Это может быть, например, составление аналитического отчета (устное публичное выступление); письменный анализ рынка (какого выбирают студенты или преподаватель); интервью с представителями фирмы, производящей какие-либо товары или услуги (диалог). Далее предлагается, например, разработать маркетинговый план фирмы, направленный на перепозиционирование какого-либо товара (услуги), или сравнения фирмы с конкурентами (сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы) – в форме рабочего совещания (полилог), а затем письменного бизнес-плана, маркетингового плана и т.д. Очередное задание: разыграть сценку проведения опроса потенциальных потребителей какого-либо товара (услуги) с целью определения потребности в товаре; презентация товара; заключение контракта, обсуждение пунктов контракта; заполнение отдельных параграфов контракта с использованием необходимой лексики; перевод отдельных положений контракта на польский язык и т.д.

По нашему мнению, обучение, проводимое в условиях, близких к реальной коммуникации, позволяет студентам овладеть умениями моделирования делового общения, актуализировать как экстралингвистическую составляющую общения (реальные ситуации и участники общения, их интеракция), так и лингвистическую (языковое выражение тем общения, ситуаций, жанров письменной и устной коммуникации). Сказанное позволяет рассматривать как предлагаемые студентам в качестве образца, так и порождаемые ими тексты в качестве «трансформеров», хоть и имеющих определенную сценарную структуру, но

всякий раз наполняемых новым контекстуально определенным содержанием, что и свидетельствует о реализации дискурсного подхода в обучении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность [Текст], изд. 7-е, М.: Издательство ЛКИ, 2010. — 264 с.
2. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации. Краткий курс [Текст] – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : АСТ : Восток - Запад, 2007. - 256 с.
3. Лещак О.В. Функционально-прагматическая оценка терминов дискурса, используемых в современном русском языкознании [Текст] // Problemy semantyki i stylistyki tekstu, Łódź 2009, s. 11-23.
4. Пивонова Н.Е. Речевые и письменные коммуникации [Текст]: Учебно-методическое пособие. – СПб.: Знание; ИВЭСЭП, 2005. – 96 с.
5. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы и их роль в обучении русскому языку иностранцев [Текст], М.: УРСС, 2003 – 224 с.
6. Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс. [Текст], М.: Флинта: Наука, 2004 – 224 с.
7. Dakowska M. Psycholingwistyczne podstawy dydaktyki języków obcych [Текст], Warszawa: PWN, 2001 – 207 с.
8. Europejski system opisu kształcenia językowego: uczenie się, nauczanie, ocenianie, Warszawa 2003 (документ Совета Европы – Общевропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, преподавание, оценка, польский перевод)
9. Woźniewicz W. Metodyka lekcji języka rosyjskiego [Текст], Warszawa: PWN, 1991, - 206 с.
10. Zając J. Komunikacja- Dyskurs – Zadanie. Nowe akcenty w glottodydaktyce.// Nauczanie dwujęzyczne w Polsce i w Europie (ред. Z.Dzięgielewska) [Электронный ресурс], Warszawa 2007, с.25-33 – Режим доступа: http://www.bc.ore.edu.pl/Content/35/Dwujezyczne_polska.pdf
11. Żeleziak A., Rolak I., Менеджмент и коммуникации. Русский язык бизнеса. Продвинутый уровень: учебник. Kielce: UJK, 2012, - 471 с.

Рецензент: Лещак Олег Владимирович, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедры языкознания Института иностранной филологии, Университета Яна Кухановского в г. Кельце (Польша).

Irene Rolak

Institute of Foreign Languages, The Jan Kochanowski University in Kielce
Poland, Kielce
irene41@rambler.ru

A discursive approach to teaching of business russian to foreign students

Abstract. The paper gives grounds to the necessity of a discursive approach to teaching of Business Russian to foreign audience. The aim of professionally-oriented teaching of a foreign language is the acquisition of two global competences at once – of a cognitive-communicational (from functional viewpoint) and of a discursive (from pragmatic viewpoint) ones that are essential in all situations of professional communication. This is connected to paying greater attention to the context of utterance in foreign language teaching. Such teaching takes into account the realization of social, text, and discursive practice in real communication situations of business interaction. This approach was applied during the lessons in order to create a more perfect model of Business Russian teaching that would make future specialists discursively master learning situations first and next the real situations of business communication. The discursive approach is analyzed in this paper on the example of the topic entitled „The aims and tasks of market research”. Such approach implies that the texts, which were uttered by the students and discussed in this paper as examples, play a role of „transformers” that have certain scenario structure and are filled every time by a new context-oriented content.

Keywords: discursive approach; teaching; Business Russian; foreign audience; communication; cognition.

REFERENCES

1. Karaulov Ju.N. Russkij jazyk i jazykovaja lichnost' [Tekst], izd. 7-e, M.: Izdatel'stvo LKI, 2010. — 264 s.
2. Kashkin V.B. Osnovy teorii kommunikacii. Kratkij kurs [Tekst] – 3-e izd., pererab. i dop. – M. : AST : Vostok - Zapad, 2007. - 256 s.
3. Leshhak O.V. Funkcional'no-pragmaticeskaja ocenka terminov diskurs, ispol'zuemyh v sovremennom russkom jazykoznanii [Tekst] // Rroblemy semantyki i stylistyki tekstu, Łódź 2009, s. 11-23.
4. Pivonova N.E. Rechevye i pis'mennye kommunikacii [Tekst]: Uchebno-metodicheskoe posobie. – SPb.: Znanie; IVJeSJeP, 2005. – 96 s.
5. Prohorov Ju.E. Nacional'nye sociokul'turnye stereotipy i ih rol' v obuchenii russkomu jazyku inostrancev [Tekst], M.: URSS, 2003 – 224 s.
6. Prohorov Ju.E. Dejstvitel'nost'. Tekst. Diskurs. [Tekst], M.: Flinta: Nauka, 2004 – 224 s.
7. Dakowska M. Psycholingwistyczne podstawy dydaktyki języków obcych [Tekst], Warszawa: PWN, 2001 – 207 s.
8. Common European Framework of Reference for Languages: learning, teaching, assessment (CEFR) Warszawa 2003 (polskij perevod)
9. Woźniewicz W. Metodyka lekcji języka rosyjskiego [Tekst], Warszawa: PWN, 1991, - 206 s.
10. Zajac J. Komunikacja- Dyskurs – Zadanie. Nowe akcenty w glottodydaktyce.// Nauczanie dwujęzyczne w Polsce i w Europie (ред. Z.Dzięgielewska) [Elektronnyj resurs], Warszawa 2007, s.25-33 – Rezhim dostupa: http://www.bc.ore.edu.pl/Content/35/Dwujezyczne_polska.pdf
11. Żelezik A., Rolak I., Menedzhment i kommunikacii. Russkij jazyk biznesa. Prodvinutyj uroven': uchebnik. Kielce: UJK, 2012, - 471 s.