

ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА В УСЛОВИЯХ ПРОВЕДЕНИЯ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА «РИТОРИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ДЕЛОВОЙ БЕСЕДЫ»

© 2013 И.Г.Красильникова

Самарский государственный университет путей сообщения

Статья поступила в редакцию 18.02.2013

В данной статье речь идет о формировании коммуникативной компетенции студентов в рамках элективного курса по подготовке к проведению деловой беседы.

Ключевые слова: деловая беседа, партнер, риторический инструментарий, формирование коммуникативной компетенции.

° Современный выпускник технического ВУ-За должен владеть не только специальными знаниями по своей профессиональной направленности, но и определенным набором практических коммуникативных умений: ориентироваться в конкретной речевой ситуации, выбирать различные коммуникативные средства общения, осознавать собственные коммуникативные намерения и строить в соответствии с этим эффективную коммуникацию. Для того чтобы эффективно общаться в профессиональном коллективе, будущему специалисту технического профиля необходимо также научиться правильно определять цели для различных коммуникативных ситуаций: 1) информационные, чтобы донести новые сведения до собеседника; 2) предметные, чтобы изменить что-либо в поведении собеседника; 3) коммуникативные, чтобы сформировать определенные отношения с собеседником¹.

Чтобы беседа была результативной, ее следует рассматривать как совместную речевую деятельность, направленную на достижение определенных коммуникативных целей. «В соответствии с целями и ситуацией общения должен происходить выбор необходимых языковых средств»². В современном мире деловая беседа представляет собой устную форму речевого общения партнеров, которые имеют необходимые полномочия для ее проведения. В ходе беседы они разрешают различные деловые проблемы и стремятся выработать конструктивные подходы к их решению. «Посредст-

вом деловой беседы реализуется стремление одного человека либо группы людей к действию, которое может изменить ход рассматриваемой ситуации в положительную сторону или позволит установить отношения между участниками беседы»³ на более высоком уровне.

Учитывая тот факт, что деловая беседа является одной из основных форм делового общения, в Самарском государственном университете путей сообщения была разработана программа элективного курса «Риторический инструментарий деловой беседы». Курс имеет четко ориентированную практическую направленность: научить студента, будущего специалиста, эффективно проводить деловую беседу, используя весь набор необходимых речевых средств. В ходе разработки курса автором статьи был собран методический инструментарий для проведения деловой беседы, который далее и представляется в статье.

Для эффективного ведения беседы необходимо располагать набором начальных фраз, открывающих беседу и облегчающих партнеру вступление в деловой разговор, например:

– «Как Вы считаете, готовы ли Вы обсудить...?»

– «Если я предложу Вам способ, с помощью которого можно быстро решить проблему, заинтересовало бы Вас это?»

– «Для того чтобы установить, целесообразно ли для Вас привлечь наше подразделение к сотрудничеству, нужна некоторая информация. Могу ли я в связи с этим задать Вам несколько вопросов?»

– «Если бы я смог Вам предложить решение недавно возникшей производственной проблемы, нашли бы Вы для меня несколько минут?»

° Красильникова Ирина Григорьевна, аспирант, ведущий переводчик, ст. преподаватель.

E-mail: krasil-irina@yandex.ru

¹ Стернин И.А. Практическая риторика. 5-е изд., стер. – М.: 2008.

² Лунова Л.П. Тренинг профессионально ориентированных риторик, дискуссий, общения: Учеб. пособ. для студентов, аспирантов и преподавателей. – Самара: 2009. – С.28

³ Кузнецов И.Н. Современная деловая риторика. – М.: 2007. – С.263.

На данном этапе уместно также употребление устойчивых выражений и словосочетаний, указывающих на то, что партнер начал общение. В качестве примеров в статье приводятся некоторые из них:

– «Нашу беседу в соответствии с ранее достигнутой договоренностью целесообразно, на мой взгляд, начать с...»⁴.

– «Мне хотелось бы начать нашу беседу с...»,

– «Я думаю, что Вам хорошо известны причины, побудившие меня встретиться с Вами, и поэтому мне хотелось сразу перейти к обсуждению...»,

– «Я полагаю, что нам, прежде всего, следует обсудить...».

На следующем этапе, когда партнерам необходимо получить информацию, один из них партнеров сообщает другому тему беседы:

– «Я хотел бы проинформировать Вас о том, что...»,

– «Тема нашей беседы сегодня...»,

предмет беседы:

– «Я хотел бы сообщить Вам о том, что...»

– «Речь сегодня пойдет о...»,

о проблеме, выносимой на обсуждение:

– «Я хотел бы обсудить с Вами вопросы...»,⁵

– «Давайте обсудим вопросы о...»,⁶

– «Мне поручено сообщить Вам о...»,

– «Нам необходимо обсудить возникшую проблему...»,

о ситуации, которая будет обсуждаться:

– «Я предлагаю Вам создать совместный проект...»,⁷

– «Полагаю, Вам будет важно (интересно) узнать о...»,

– «В мои планы входит проинформировать Вас о...»,

– «Полагаю, Вы заинтересованы получить информацию о...».

В деловой беседе с помощью аргументов можно полностью или частично изменить позицию и мнение партнера, смягчить противоречия, возникающие во время обсуждения вопросов и проблем, критически рассмотреть положения и факты, изложенные обеими сторона-

ми. В аргументировании выделяют две основные составляющие: доказательная аргументация (намерение что-либо доказать или обосновать) и контраргументация (опровержение утверждения партнеров). Для построения обеих используются логические методы аргументирования. Рассмотрим некоторые из них, а именно: фундаментальный метод, метод опроса и метод видимой поддержки.

Фундаментальный метод – прямое обращение к собеседнику для ознакомления с фактами и сведениями (практическая аргументация: конкретные факты, цифры, статистические данные). На стадии аргументации всегда убедительны и весомы статистические данные, которые демонстрируются тем или иным деловым партнером, например:

– «По итогам 2012 года наша организация произвела грузоперевозок на 20% больше, чем в предыдущем 2011 году и заняла ведущую позицию среди всех транспортных железнодорожных компаний нашей отрасли»;

– «За последние 5 лет показатели нашего локомотивного депо по выполнению плана и намеченных обязательств перед нашими партнерами составляют 100%»;

– «В сентябре 2012 года наше вагонное депо полностью освоило выделенные нам на ремонт грузовых вагонов 100 000 рублей».

Другой важной составляющей аргументации является выявление позиции партнера: заранее задав партнеру ряд вопросов, можно определить его позицию (метод опроса). Для того чтобы попытаться выявить позицию партнера в деловой беседе и включить ее в свою аргументацию, следует использовать прямое обращение:

– «Что Вы думаете об этом?»,

– «Как, по Вашему мнению, можно это сделать?»

– «Как Вы предлагаете решить этот вопрос?»,

либо выразить свое одобрение:

– «Конечно, Вы правы в этом вопросе»,

– «Вы совершенно правы, что...»,

– «Я вполне разделяю Вашу точку зрения...».

Узнать позицию собеседника помогут также открытые вопросы:

– «Каково Ваше мнение по данному вопросу?»,

– «Почему Вы считаете принятые меры недостаточными?»,

– «Что Вы думаете о данном внедрении?»,

⁴ Кузин Ф.А. Культура делового общения. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: 2002. – С. 243.

⁵ Antoni Markunas. «Типовые фразы русского языка для делового общения», Roznau, 2001. – С.8.

⁶ Там же. – С.7

⁷ Там же. – С.8

риторические вопросы:

– «Мы ведь придерживаемся единого мнения по данному вопросу?»

переломные вопросы:

– «Как Вы представляете себе структуру и распределение...?»

– «Каким способом Вы предлагаете провести эту техническую операцию?»

вопросы для обдумывания:

– «Правильно ли я понял Ваше сообщение о том, что?...»

– «Считаете ли Вы, что...?»

Некоммуникабельного партнера можно заинтересовать обменом опыта:

– «Кажется, Вы не совсем согласны с тем, что было сказано. Конечно, нам всем было бы интересно узнать, почему?»

Настроить его на позитивный ответ можно следующими фразами:

– «Некоторые мысли на этот счет Вас могут заинтересовать»,

– «Это связано с получением дополнительной прибыли»,

– «Полагаю, Вам будет интересно узнать о ...».

На стадии доказательства призваны помочь обосновать партнеру его позицию следующие речевые средства:

– «В качестве доказательства приведу несколько фактов/цифр ...»,

– «В нашей аргументации отсутствуют противоречия»,

– «Наши заключения подтверждаются статистическими данными...»,

– «Сейчас Вы сможете убедиться, что...».

Не следует возражать при изложении аргументов партнером, а для достижения желаемого эффекта на этом этапе необходимо приводить новые доказательства в его пользу (метод видимой поддержки):

– «Ваши условия в целом для меня приемлемы и вполне допустимы»,

– «Я полностью согласен с Вашим мнением о...»,

– «Мое представление о ... полностью совпадает с Вашим».

В том случае, когда партнер, несмотря на стремление его убедить, начинает решительно возражать, полезно применить один из тактических приемов: для ответа на его возражение следует тщательно выбирать выражения определенного образца, например:

– «Мы ничего не имеем против Вашего предложения, но...»,

– «В определенной степени я бы мог с Вами согласиться, но...».

В момент проведения беседы не следует отвечать категорично, «не стоит употреблять... просторечных, диалектных слов и выражений...», то есть не следует «использовать лексикон подворотни»⁸:

– «Я считаю...»,

– «Я могу это доказать...»,

– «Вы, конечно, еще об этом не знаете...».

– «Да что Вы говорите!».

В ситуации, когда партнеру по деловому разговору может прийти в голову здравое решение, ответ уместно будет начать со следующих фраз:

– «Вы не находите, что...»,

– «Вам, конечно известно, что...?»

– «Согласны ли Вы с тем, что...?»

– «Не думаете ли Вы, что...?».

Если беседа будет складываться таким образом, что придется прибегнуть к помощи контраргументов, то предлагается использовать высказывания следующего рода:

– «Мы можем оспорить факты, приведенные Вами в доказательство...»,

– «Предлагаем обсудить эту проблему с учетом внесенных нами изменений в заключение, сделанное Вами»,

– «Мы внимательно рассмотрели Ваши предложения и хотели бы внести изменения...».

Аргументация основана на логике выступления партнера, которая придает ему обоснованность и убедительность. Если логику определить как внутреннюю организацию речи, то внешней ее стороной будет являться теоретическая и практическая аргументация. В качестве теоретической аргументации рассматриваются научные положения и концепции, а к практической можно отнести конкретные факты, цифры либо статистические данные и пр. (примеры приведены выше).

Этап принятия решения — это именно то, ради чего шла подготовка и реализация всего переговорного процесса деловой беседы. Если все шло по плану, и партнер учел специфику процесса, личные особенности второго партнера по беседе, а также наилучшим образом использовал свои конкурентные преимущества, то этап принятия решения логично вытекает из процес-

⁸ Луева Л.П. Тренинг профессионально ориентированных риторик... С.46.

са беседы. При принятии решения важную роль играет умение отстаивать точку зрения:

- «Вы забыли в подтверждение Вашей мысли привести и такие факты...»,
- «Каково Ваше мнение о...»,
- «Сейчас Вы сможете убедиться, что...»,
- «На этот счет существуют различные точки зрения»,
- «Вы сможете добиться...?»,
- «Не думаете ли Вы, что...?».

Умение признать правоту партнера и сдержанность в личных оценках во время деловой беседы заслуживают высокой оценки:

- «Это интересный подход к проблеме, который я, честно говоря, упустил из виду. Конечно же, после принятия решения мы его учтем!»,
- «Придерживаюсь мнения, что лучше воздержаться ...»,
- «Затрудняюсь объективно оценить ситуацию ...»,
- «Мне трудно судить об этом ...»,
- «Предпочитаю воздержаться от оценки ...».

Поддержав партнера или признав его правоту, его можно заставить почувствовать себя обязанным. В результате он может принять аргументацию первого партнера с наименьшим сопротивлением:

- «Если раньше у меня были сомнения в этом вопросе, то теперь...»,
- «Вы смогли меня убедить в том, что...»,
- «Знаете, а это очень интересный подход в решении проблемы!»

В любом случае, на этом этапе следует сделать акцент: уточнить, повторить, подтвердить. Именно для этого и проводится деловая беседа с партнером:

- «Прежде чем перейти к отдельным вопросам, было бы неплохо, чтобы ...»,⁹
- «Мне необходимо уточнить объем выполненных работ...»,
- «Как мы вместе уже решили ...»,
- «Это интересный подход к проблеме, которую я, честно говоря, упустил из виду. Конечно же, после принятия решения мы его учтем!»,
- «Для принятия положительного решения по вопросу... не боюсь повториться ...»,
- «Как Вы уже сказали, ...».

На основных этапах деловой беседы, включая принятие решения, для создания полноценной картины обсуждаемых ситуаций, во-

просов, проектов, договоренностей, и т.д. служат устойчивые речевые обороты. Уточнить тему и цель разговора партнеры смогут такими речевыми средствами:

- «Давайте уточним детали предмета разговора»,
- «Если я правильно Вас понял...»,
- «Введите меня в курс дела...»,
- «Можем ли мы рассчитывать...?»,
- «Есть ли у Вас конкретное предложение...?».

Не составит сложности убедить партнера при помощи таких фраз, как:

- «Я в этом совершенно уверен...»,
- «Нет причин для опасений...»,
- «Кроме того, я обращаю внимание на тот факт, что...»,¹⁰
- «Вы, конечно, согласитесь, что...»,
- «Вне всякого сомнения...».

Выразить неполное согласие помогут следующие речевые обороты:

- «Это требует дополнительного обсуждения...»,
- «По мере возможности мы постараемся...»,
- «Может быть, рассмотрим иные условия...?».

Употребляя ниже приведенные фразы, можно выразить несогласие:

- «Я готов предложить другое решение этой проблемы»,
- «Вряд ли это возможно...»,
- «К сожалению, я не смогу поддержать Вас по этому вопросу...»,
- «Было бы нежелательно...».

Дать оценку ситуации позволят фразы:

- «Я разделяю Вашу точку зрения...»,
- «На самом деле...»,
- «Вызывает определенные сомнения...».

Сделать вывод партнеры смогут с помощью следующих речевых средств:

- «Вывод состоит в том, что...»,
- «Отсюда следует, что...»,
- «Как было доказано, ...».

В начале заключительного этапа беседы лучше задать один-два подтверждающих вопроса, давая понять партнеру, что беседа переходит в завершающуюся стадию, например:

- «Убедились ли Вы, насколько прост этот прибор в эксплуатации?».

⁹ Antoni Markunas. «Типовые фразы русского языка для делового общения».... – С. 10.

¹⁰ Там же. – С.12

- «Заметили ли Вы как специалист, насколько точно аппаратура при измерении необходимых технических параметров?»
- «А Вы будете участвовать в...?»
- «Уверены ли Вы, что мы вовремя это осуществим?»
- «Когда можно начать работу?»
- «Как обстоят дела со сроками?»

Затем можно перейти к заключающим вопросам:

- «Смог ли я убедить Вас в выгоде этого предложения?»
- «Когда Вы сможете передать мне отчет о...?»
- «Какой срок окончания монтажа вас устраивает больше – 15 сентября или 15 октября?»
- «Когда Вы подготовите свои предложения по техническому оснащению совместного проекта – в конце этого месяца или начале следующего?»

О том, что беседа подходит к концу, дадут понять фразы, свидетельствующие о завершении беседы, например:

- «В заключение хотелось бы подвести итоги нашей беседы...»

- «Давайте подведем итоги нашей встречи/беседы»,
- «Я считаю, обсужденную нами проблему... можно считать решенной»,
- «Позвольте мне поблагодарить Вас за участие в сегодняшней беседе и выразить надежду на дальнейшее сотрудничество с Вами»,
- «Я хочу искренне поблагодарить за то, что Вы нашли время принять участие в этом обсуждении».

Подводя итог изложенному в данной статье материалу, автор пришел к следующему выводу: использование методического инструментария при проведении элективного курса «Риторический инструментарий деловой беседы» способствует решению задач по формированию практических коммуникативных умений студента, необходимых ему как будущему специалисту. Полученные знания, несомненно, повышают уровень культуры устной речи, развивают деловой потенциал студента, что позволяет ему максимально реализовать свои возможности. Таким образом, в условиях проведения названного элективного курса формируется коммуникативная компетенция студентов.

DEVELOPMENT OF COMMUNICATIVE COMPETENCE OF STUDENTS WITHIN THE ELECTIVE COURSE «RHETORICAL TOOLS FOR A BUSINESS DISCOURSE»

© 2013 I.G.Krasilnikova^o

Samara State Transport University

This article deals with development of communicative competence of students within the elective course devoted to preparation and holding a business discourse.

Keywords: business discourse, discourse partner (interlocutor), rhetorical tools, development of communicative competence.

^oKrasilnikova Irina Grigorievna, Post-graduate student,
lead translator, senior teacher,
E-mail: krasil-irina@yandex.ru