МАРІЯ КОЛТУНОВА

maria_koltunova@yahoo.com

КОНТАКТОУСТАНАВЛИВАЮЩИЙ БЛОК В ПЕРВИЧНОМ ДЕЛОВОМ ДИАЛОГЕ: ЕГО КОНВЕНЦИОНАЛЬНАЯ ПРИРОДА

Статья посвящена исследованию одной из актуальнейших проблем конвенционального взаимодействия в рамках установления речевого контакта в первичном деловом диалоге в рамках институционального общения. Предметом исследования стали контактоустанавливающие блоки, представляющую собой контакторазмыкающую интеракцию в первичном деловом офисном диалоге. Объект исследования - устные записи коммерческих переговоров, деловых первичных контактов, которые протекали в офисных условиях официального общения.

Институциональный дискурс отличается высокой степенью конвенционализации и стандартизации речевых средств, используемых в высказываниях. Дискурс деловых переговоров, являясь одной из разновидностей институционального дискурса, обладает особыми статусно-ролевыми, целевыми и структурными характеристиками, выделяющими его в особую коммуникативную разновидность. Его отличает жесткая сценарная основа, которая отвечает целям и задачам делового общения.

М. Л. Макаров, рассматривая отличия разговорного дискурса как наименее структурированного от ритуализованного, институционального, выделяет такие свойства последнего, как более жесткая структурализация при максимуме речевых ограничений, фиксированная мена коммуникативных ролей, меньшая обусловленность контекстом, ограниченное количество глобально определенных целей и др. (Макаров2003: 176).

М.Ю. Олешков, относит к характерным особенностям институционального дискурса жестко обусловленный арсенал прецедентных феноменов (имен, высказываний, текстов и ситуаций) (Олешков 2010). Стандартизованные модели поведения проявляются в типизации повторяющихся речевых действий и связанных с ними конвенциональных ожиданий. Поэтому организация институционального дискурса предполагает его ролевую и скриптовую природу.

Понятие ***скрипта***, введенное Р. Шенком (Шенк, 1977), определило начало нового этапа исследования конвенционального речевого поведения. Р. Абельсон отметил, что скрипт, в отличие от фрейма, соотносится с последовательностью событий и состоит из отдельных сцен(Абельсон, 1981).

«По параметру **сфера общения** представляется возможным разделить лингвокультурные скрипты на скрипты официально-делового и обиходного общения», - пишет исследователь когнитивной модели ***скрипта*** Н.В. Моторина

(Моторина, 2013: 21).

«Скрипт является механизмом, регулирующим поведение в повседневной жизни, закрепляет и подтверждает коммуникативный статус партнеров, маркируя ситуацию общения и, тем самым, облегчает коммуникативный процесс» (Моторина, 2013: 15).

Помимо когнитивной, сценарий имеет конвенционально-нормативную природу (Романов, 1988). То есть, многократно повторяющийся в профессиональной деятельности порядок речевых действий закрепляется в практике делового общения как нормативная схема взаимодействия в той или иной речевой ситуации.

Определение ***скрипта*** как сценария и модели коммуникативного поведения, лежащего в рамках конвенциональных ожиданий, возникающих в той или иной ситуации общения в рамках заданного жанра, позволяет выделить регулярно повторяющиеся диалогические единства – прагматически объединенные интеракции, блоки высказываний, объединенных тематически и прагматически.

Скриптовая природа институционального делового диалога предопределяет жесткую схему взаимодействия, выражающуюся в модульном характере сценария. Модули включают ряд интеракций и речевых действий участников диалога. Такая рациональная структура сценария в институциональном общении связана с целым рядом причин, и в первую очередь, с требованием экономии времени. Последнее, в свою очередь, обусловливает использование многочисленных вербальных клише, стандартных фраз, заготовок, имеющих ситуативное закрепление.

М.Ю. Олешков отмечает, что «... специфика институционального вербального взаимодействия дает возможность выделить ряд высказываний жесткой структуры, которые с высокой степенью обязательности используются говорящими в сфере институционального вербального взаимодействия» (Олешков 2009: 798) Такие стандартизованные конструкции на маркоуровне членения диалога в современных исследованиях определяются как *диалогические единства* (ДЕ), *коммуникативные модули*, *коммуникативные блоки*.

«Блок реплик, который представляет собой связанную (тематически и интенционально) последовательность простых или коммуникативно интегративных коммуникативно-прагматических типов высказываний» (Родичева 2004: 12), *интерактивный блок* (Макаров 2003).

Деловой диалог основан на не добровольной, а на установленной конвенциональной основе исполнения коммуникативных ролей, ролевой вовлеченности коммуникативных партнеров. Это лежит в основе закрепляемого сценарного порядка действий и коммуникативных шагов. В этих условиях право на инициацию диалога конвенционально закреплено за лицом, обращающимся в организацию и имеющим на это соответствующие полномочия. Вот потому так важно выяснить в самом начале диалога, какую организацию представляет инициатор общения, его должность, статус и полномочия. Лицо, инициирующее общение в офисе компании, куда он приходит, будем именовать (***клиентом***), а представителя организации, в которой протекает

первичный диалог (***агентом***).

«Перед вступлением в коммуникативное взаимодействие участники общения должны идентифицировать предстоящую коммуникативную ситуацию и самоидентифицироваться в ней, то есть уяснить свою роль, социальную позицию, цели, ожидания партнера по коммуникации, его психологическое состояние, возможные установки в общении ...» - такова общая схема подготовки к интерперсональной коммуникации, описанная И.Н. Борисовой (Борисова, 2001: 110).

В профессиональном деловом общении самоидентификация и, соответственно, самоименование в процедуре представления коммуникативному партнеру становятся профессиональным коммуникативным навыком. В условиях первичного делового диалога такое самоименование двухкомпонентно по своей структуре. Инициатор общения, помимо имени и фамилии, сообщает название организации, которую он представляет и свой социальный статус (служебное положение в организации). При этом по имени и фамилии инициатор общения может не представляться.

Название организации, которую представляет клиент, является дополнительным идентификатором для установления истинной причины обращения, установления степени важности клиента для организации, для определения корректности адресации. Одно дело, если клиент представляет партнерскую организацию, с которой уже налажены контакты и отработана схема взаимодействия, и другое дело, если клиент представляет компанию, о которой есть информация, полученная из официальных каналов. В первичном деловом диалоге знания коммуникативных партнеров друг о друге отсутствуют, поэтому полное, конвенционально закрепленное самоименование может быть только двухкомпонентным.

Учет фактора первичности делового диалога между потенциальными партнерами выражается в особой организации начальной интеракции, ее строгом этикетном и конвенционально-прагматическом характере.

Профессиональные диалоги делятся на первичные, которые представляют общение незнакомых лично людей, и последующие, протекающие в режиме рабочего общения знакомых людей. Первые, согласно этикетным правилам, предполагают выполнение процедур представления: самоименования, названия организации или компании, которую представляет инициатор общения, цели визита. Все это в совокупности включается в ***контактоустанавливающий блок***.

Контактоустанавливающий блок (КБ), структурно представляющий собой диалогическое единство, открывающее общение и координирующее действия коммуникативных партнеров. В рамках КБ реализуется важнейшая задача социально-дейктической ориентации коммуникативного партнера - установления и подтверждения коммуникативного и социального статуса инициатора общения. Прагматически эта информация очень важна для приятия адресатом решения о точности адресации, о целесообразности продолжения диалога с данным коммуникативным партнером, о перспективах общения с данным коммуникативным партнером. Для достижения практических целей,

лежащих в рамках жанра делового диалога (определение параметров сделки, заключение сделки, урегулирование конфликтной ситуации, внесение изменений в документ и т. д.) важно установить статус клиента, организацию, которую он представляет и цель визита, что находит свое отражение в конвенционально закрепленной структуре инициирующей реплики, открывающей диалог. Статусная информация относится к важнейшей социально-дейктической информации, организующей институциональный дискурс. Это, в свою очередь, определяет требование полноты и объективности такой информации в деловом профессиональном общении.

Как правило, КБ состоит из инициирующей реплики стандартного содержания и ответных уточняющих или реактивных реплик (предложения к обсуждению вопроса, переадресации).

Понятие ***реплики*** используем в значении: «Все, что сказано и сделано между менами коммуникативных ролей (turnes)» (Goodwin, 1981).

Инициирующая реплика стандартно включает в себя:

а) приветствие;

б) представление клиента, состоящее из двух компонентов: название компании или организации, которую он представляет, и статуса (внутриорганизационного, юридического) клиента;

г) ориентация *агента* в перспективах и цели визита, вопроса, который подлежит обсуждению.

Это три важнейших компонента инициирующей реплики, позволяют адресату (*агенту*) определить точность и целесообразность обращения клиента и оценить перспективу диалога, его результативность.

Таким образом, структура КБ отражает конвенциональные ожидания, закрепленные в нормативной модели начала первичного диалога. В данной стандартизованной модели инициирующий общение совершает сразу несколько речевых действий этикетного характера - от приветствия до вербализации коммуникативной и практической цели (*я хотел обсудить..., я хотел получить информацию..., мне нужно подписать...* и т.д.), включая представление организации и своей должности. При этом коммуникативное единство многоходовой инициирующей реплики обусловлено прагматически. После получения и учета информации, нормативно включаемой в инициирующую реплику, можно рационально выстраивать деловой диалог.

При этом корректное коммуникативное поведение инициатора делового общения предполагает уточнение адресата, если возникают сомнения в правильности обращения:

(А. – агент; Б. – клиент)

А. - Здравствуйте.

Б. - Здравствуйте. ***Это отдел народного образования?// Я правильно попал?***

А. - Да, а вы по какому вопросу?

Основой конвенциональных ожиданий в рамках институционального делового дискурса является взаимная ориентация коммуникантов в целях и намерениях, а также в статусных полномочиях, ибо институциональное деловое

общение имеет статусный характер по своей природе. Поэтому самоименование включает название должности лица, инициирующего диалог, то есть является **двухкомпонентным.** Нормативно, в соответствии с конвенциональными ожиданиями адресата в инициирующую реплику должны быть включены все три компонента:

(А. – клиент; Б – агент)

А. - *Добрый день // Девушка / я* ***из издательства «Знак»/ менеджер по снабжению// Мне бы хотелось решить вопросы по поставке бумаги.***

Б. – Добрый день / присаживайтесь / сейчас посмотрим.

Из приведенного примера видно, что представление коммуникативному партнеру включено в инициирующую реплику контактоустанавливающий блока, в форме **двухкомпонентного самоименования.** Помимо приветствия, обращения и двухкомпонентного самоименования клиента, в инициирующую реплику включено метадискурсное высказывание, сигнализирующее о коммуникативных намерениях говорящего (*Мне бы хотелось решить вопросы по поставке бумаги**)**.

Если конвенциональная структура инициирующей реплики нарушена, например, одна из частей самоименования клиента в первичном деловом диалоге будет отсутствовать, со стороны адресата речи возникают закономерные вопросы:

- А вы откуда?

*- А с кем я разговариваю? (*или в виде просьбы*: Представьтесь, пожалуйста).*

- А вы по какому вопросу?

Приведенный ниже КБ иллюстрирует это:

(А – клиент; Б – агент)

А. - Девушка, ***я из Рембытстроя / по заявке.***

Б. - ***Вы мастер****?*

А. - ***Бригадир/*** *мы договор с вами заключали на обслуживание.*

Б. - Хорошо, сейчас посмотрю.

В приведенном отрывке видно, что самоименование было однокомпонентным, что нарушает конвенциональные ожидания. Второй компонент (*Бригадир)*, включающий указание на должность, прозвучал после уточняющего вопроса: *- Вы мастер?*

Двухкомпонентность самоименования, таким образом, задана конвенционально. Она связана с конвенциональными ожиданиями коммуникативного партнера в получении прагматически значимой полной информации (какую компанию представляет клиент и какую должность он занимает). В совокупности с вербализацией коммуникативной цели эта информация позволяет координировать действия коммуникантов, определяет развертывание диалога, влияет на его структуру. Именно конвенциональное по своей природе двухкомпонентное самоименование наряду с эксплицированным коммуникативным намерением позволяет отсечь непродуктивное общение или перенаправить *клиента* к другому лицу для решения вопроса, с которым он обращается в компанию или организацию.

(А – клиент; Б – агент)

А. ***-*** *Девушка /здравствуйте/ я вот насчет договоров /* ***из издательства/ Степанов моя фамилия/***

Б. - Я поняла / но Наума Яковлевича сейчас нет.

А. - А вы не возьмете?

Б. - Нет// вот только Наум Яковлевич... // Только он один...

(перенаправление адресанта для решения вопроса к начальству связано с несоответствующим для решения вопроса служебным статусом самого адресата)

Контактоустанавливающие речевые средства в институциональном деловом дискурсе выполняют важную прагматическую роль. Они ориентируют адресата речи в коммуникативных намерениях адресанта, его социальном статусе, помогают адресату определить их значимость, верифицируют точность адресации. Блоковый характер подачи информации отвечает специфике делового дискурса и задачам общения. Он позволяют экономить речевые средства, динамизируя тем самым развитие диалога:

(А. – клиент; Б – агент)

А. - *Здравствуйте* ***/ я из компании «Эко» / отдел закупок*** */ мы закупаем у вас обычно профиль / листовой и направляющие/ по спецификации .*

Б. – Какая компания?// Сейчас уточню.

В состав двухкомпонентного самоименования, помимо названия организации и указания организационного статуса или юридического статуса адресанта, иногда включается элементы верификации (номера телефонов, указание на юридический адрес или указание на организационный статус адресанта- «юридический представитель компании», реже – «коммерческий агент»).

(А – клиент; Б – агент)

А. - ***Здравствуйте / я коммерческий директор оптовой компании «Сок». Мы тут рядом с вами располагаемся. Мне бы хотелось поговорить об аренде торговых боксов на вашей площади****.*

Б. - Здравствуйте / вы нам звонили вчера?// Вот мы вам подготовили расценки по площади и услугам / там охрана / уборка / и проект договора / типового.

(корректная коммуникативная ориентация в коммуникативных намерениях адресата речи и конвенционально оформленное двухкомпонентное самоименование динамизируют коммуникационный обмен и формируют продуктивную модель коммуникативного взаимодействия)

Причиной коммуникативных неудач в деловом диалогическом общении часто является отступление от конвенциональных правил и моделей коммуникационного взаимодействия. Это вызывает дезориентацию коммуникативного партнера, недопонимание или неверное понимание его коммуникативного намерения.

Конвенциональная природа КБ проявляется и в том, что знание подобных моделей включено в коммуникативные профессиональные навыки менеджера. Понятие коммуникативной компетентности участников делового общения опирается на владение социально-коммуникативными ролями и конвенциональными нормами делового общения..

Список литературы:

Бейлинсон Л.С. Функции институционального дискурса // Вестник Иркутского лингвистического университета. №3., 2009. – С. 142-147.

Борисова И. Н. Русский разговорный диалог. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2001.

Демьянков В.З. Теория прототипов в семантике и прагматике языка. http://www.infolex.ru/Prot.html#_Toc32159109.

Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М.: Гнозис., 2004.

Макаров М. Л. Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003.

Моторина Н. В. Лингвокультурные скрипты традиционного коммуникативного поведения в России и Англии.: дисс. ... канд.филол. наук/ Моторина Н. В. – Волгоград, 2013, 184 с.

Олешков М.Ю. Дискурсивные формулы как фактор когерентности устного дидактического текста // Изменяющаяся Россия и славянский мир: новое в концептуальных исследованиях: сборник статей / отв. ред. М.В.Пименова. – Севастополь: Рибэст, 2009 (Серия «Концептуальные исследования». Вып. 11). – С. 796-800.

Олешков М.Ю. Дискурс и текст: нарративная интеграция смыслов // Дискурс, текст, когниция: коллективная монография / Отв. ред. М.Ю. Олешков. – Нижний Тагил: НТГСПА, 2010. – 496 с. (Серия «Язык и дискурс». Вып. 2). С. 49-59.

Родичева А. А. Речевое общение на основе коммуникативных ходов. .: дис. … канд. филол. наук / А.А. Родичева. – Череповец, 2004. – 181 с.

Романов А. А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. – М., 1988.

Abelson, R. Abelson R.P. Psychological status of script concept / R. Abelson // American Psychologist. 1981. V. 36. P. 715–729.

Bergelson M.B. Russian cultural values and workplace communication styles// http://russcomm.ru/eng/rca_biblio/b/bergelson03_eng.shtml.

Goodwin C. Conversational organisation: Interaction between Speakers and Hearers. – NY, 1981.

Ray Kumar. Basic business communication. – New Delhi., 2010. - 577 p.

Robert de Beaugrande. The Story of Discourse Analysis // http://www.beaugrande.com/StoryDiscAnal.htm

Schank R.C., Abelson R.P. Scripts, Plans, Goals, and understanding: An inquiry into human knowledge structures. Hillsdale (N.J.), 1977. – 248 p.

Мария Викторовна Колтунова – доктор филологических наук, профессор Высшей школы приватизации и предпринимательства, преподаватель программ MBA, г. Самара.