

КОММУНИКАТИВНОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ
КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

П. А. Катыхов

COMMUNICATIVE COUNSELING AS A BRANCH OF APPLIED LINGUISTICS

P. A. Katyshev

В статье обсуждается проблематика коммуникативного консультирования. Последнее рассматривается как отрасль прикладной лингвистики, связанная с оптимизацией гоминизаторской (человекообразующей) функции языка и речи. Коммуникативное консультирование предполагает: 1) применение знаний о структуре и функционировании языка для улучшения использования индивидом какого-либо подъязыка или языковой и коммуникативной компетенции личности; 2) совокупность процедур, направленных на помощь человеку в разрешении коммуникативных проблем и на принятие значимых решений в сфере профессиональной, личностной и межличностной коммуникации. В публикации разбираются отдельные направления коммуникативного консультирования.

The article discusses the problems of communicative counseling. The latter is regarded as a branch of applied linguistics, related to the optimization of the hominization function of language and speech. Communicative counseling involves: 1) the application of knowledge about the structure and functioning of language in order to improve the use of a sublanguage or a language and communicative competence of personality, 2) a set of procedures designed to help people in solving communication problems and making important decisions in the field of professional, personal and interpersonal communication. The paper dealt with specific areas of communicative counseling.

Ключевые слова: прикладная лингвистика, коммуникативное консультирование, гоминизаторская функция.

Keywords: applied linguistics, communicative counseling, hominization function.

Прикладная лингвистика в связи с расширением предметной области дисциплины все больше рассматривается как деятельность по применению научных знаний об устройстве и функционировании языка в нелингвистических научных дисциплинах и в различных сферах практической деятельности человека, а также как теоретическое обобщение такой деятельности [2, с. 7]. Предлагаемый А. Н. Барановым функциональный подход к прикладной лингвистике позволяет определить ее как дисциплину, в которой изучаются и разрабатываются способы оптимизации функционирования языка [там же]. Иными словами, в основу последовательного представления разделов прикладной лингвистики кладется функциональный принцип, позволяющий объединять образцы, прецеденты, примеры прикладного моделирования в соответствии с тем, на какую функциональную сторону языка оптимизация направлена – на социальную, эпистемическую, когнитивную, информативную или какую-либо другую функцию языка. Не вдаваясь в обсуждение того, насколько оправдано такое выделение разделов прикладной лингвистики, укажем лишь на другую ветвь «эволюционного развития» «частных лингвистик», пробразом которых стала классическая риторика с ее подразделением на общую и частную отрасли культивирования и разработки знаний о возмоздействующей функции языка и выделением сфер повышенной речевой ответственности (речевой престижности) для реализации оптимизационных программ в пределах функционирования отдельного подъязыка [8, с. 18 – 22]. Как показывает история возникновения и развития оптимизационных программ филологических дисциплин, ни функциональный, ни надсистемный (социокультурный) критерии не выступают еще гарантией того, что прикладное описа-

ние не остановится на полпути и перейдет с уровня теоретического обобщения на уровень регламентации, культивирования, использования в практических целях представлений о языке и речи.

Взаимодействие прикладной психологии и прикладной лингвистики устанавливает еще одну область, в которой применение лингвистических познаний о функционировании языка и речи оказывается востребованным, причем не только на уровне форм коммуникации с клиентами (пациентами), но и предмета консультативного воздействия – человеческого общения, в котором люди могут испытывать трудности коммуникативно-психологического характера и в котором они могут быть недостаточно компетентны в силу ограниченности наличного опыта. Оптимизация в таком случае не столько направлена на социальную функцию языка, сколько связана с его *гоминизаторскими* возможностями, если под гоминизацией, вслед за П. Тейяром де Шарденом и Г. Гийомом [5, с. 141; 9, с. 147], понимать участие языка (и речи) в прогрессе и возвышении человека, в формировании и предоставлении социально адекватных, приемлемых, одобряемых, престижных и продуктивных моделей социокоммуникативного поведения индивидов. Одну из областей оптимизации гоминизаторской функции языка и речи можно условно назвать коммуникативным, или коммуникативно-психологическим, консультированием. В США, в условиях «риторической демократии», подобная практика привела к появлению разнообразных объединений (ассоциаций, обществ, альянсов), а также консультантов, культивирующих искусство публичного выступления, а также обучающих ему [6, с. 38 – 41].

В понятие коммуникативного консультирования входят идеи о:

1) приложении знаний о структуре и функционировании языка для улучшения использования индивидом какого-либо подъязыка или же языковой и коммуникативной компетенции личности (по аналогии с лингвистическим консультированием; см., например [3, с. 10]);

2) совокупности процедур, направленных на помощь человеку в разрешении коммуникативных проблем и на принятие коммуникативно значимых решений в сфере профессиональной карьеры, совершенствования личности, межличностных отношений и т. д. (по аналогии с психологическим консультированием; см., например [7, с. 9]).

Таким образом, деятельность лингвиста в сфере консультирования имеет дело как с содержанием этого процесса, так и с формой и характером его протекания. В данной публикации обращается внимание преимущественно на содержание коммуникативного консультирования, или иначе – на объект консультативного воздействия. Таковыми могут выступать:

- а) язык и речь клиента,
- б) подъязыки его общения и он сам как их носитель,
- в) его психические состояния, связанные с общением.

Из формулировок следует, что объект консультативного воздействия не является строго очерченным (постоянное пополнение тем персонального и группового консультирования может являться ярким тому подтверждением), связан в основном с проблемами личностного роста и развития «нормальных» индивидов. Чтобы проиллюстрировать справедливость данного утверждения, охарактеризуем специальные проблемы коммуникативного консультирования на примере тем *групповых занятий*, касающихся активизации знаний и умений в области делового общения. В основу перечня проблем, с которыми может столкнуться консультант – практикующий филолог, положен мониторинг общероссийского информационного портала «Бизнес-образование России», осуществлявшийся в период с 2010 по 2013 годы. Изучение данного информационного ресурса позволяет установить список наиболее популярных направлений коммуникативного консультирования, предлагаемых *бизнес-сообществу* и априори востребованных им в целях развития персональной и корпоративной речевой эффективности.

Консультирование по вопросам ведения переговоров. Пожалуй, самый распространенный вид коммуникативного консультирования. Специалисту важно помнить о тех основных ожиданиях и интересах, которые мотивируют клиентов посетить подобного рода групповые занятия. Это, прежде всего, усовершенствование навыков, связанных с подготовкой и проведением результативных переговоров, со способностью переносить неблагоприятное манипулятивное воздействие, эмоциональной и позиционной прессинг, с самостоятельным преодолением коммуникативной тревожности во время деловых встреч. Отсюда тот спектр проблем, которые консультанты предлагают решить в рамках проводимых ими мероприятий:

– обучение стратегиям успешного ведения переговоров, причем успешными могут признаваться про-

тивноположные по характеру влияния и способу осуществления манеры переговорного общения (как *жесткие*, так и *конструктивные* переговоры), а манипуляция может оцениваться как позитивно, так и негативно в зависимости от того, учат ли ей пользоваться или же на нее реагировать;

– освоение разновидностей переговоров, из которых приоритетными выступают интерактивные формы, выделяемые по партнеру (*переговоры с представителями власти, с поставщиками, с розничными сетями*), каналу (*переговоры по телефону*), содержанию и обстоятельствам (*сложные, нестандартные* переговоры) общения;

– работа над инициальными и ответными репликами в рамках таких фаз и ситуаций переговорного процесса, как *торги, возражения, отказы, промахи*;

– знакомство с компетенцией успешного переговорщика.

Важно отметить, что одной из надежных форм усовершенствования коммуникативных навыков является проведение *переговорных поединков* – интерактивных мероприятий, предполагающих выполнение и исполнение кейсов, направленных на решение переговорной коллизии и задающих количество, роли и интересы участников.

Консультирование по вопросам ораторского мастерства и презентации. Это один из комплексных видов практической деятельности филолога-консультанта, требующий от специалиста учета самых разнообразных навыков, связанных с подготовкой и исполнением публичного выступления. Мониторинг предложений на оказание услуг по подготовке бизнес-оратора показывает, что консультирование в этой области предполагает работу с несколькими составляющими коммуникативной компетентности – с голосовым, вербальным, жанровым, невербальным, коммуникативно-психологическим, интерактивным аспектами ораторствования. Все они отражают основной интерес потребителя – его намерение создавать мотивирующее, запоминающееся выступление, оставляющее от оратора благоприятное впечатление.

Так, в голосе ценятся выносливость, сила, полетность, артикуляционная четкость, эмоциональная насыщенность, отсутствие единообразия в темпе, тоне, настроении.

В рамках вербального компонента существенное значение имеют жанровые особенности выступления, его выразительные композиционные и стилевые характеристики, алгоритмы подготовки побуждающего текста, учитывающие техники адаптации содержания.

Необходимость владения невербальными составляющими ораторского дискурса – позой, жестами, мимикой, передвижением по аудитории, зрительным контактом со слушателями – в настоящий момент соотносится еще и с умением использовать электронные технологии представления информации, искусное владение которыми требует навыка комбинирования визуального и аудиального элементов в рамках публичного выступления.

Коммуникативно-психологическая проблематика тренингов по ораторскому мастерству касается тем самонастроя оратора до, во время и после выступления, снятия неконструктивного отношения к страху

публичного выступления, усиления уверенности, управления ораторскими эмоциями, оперативного реагирования на неожиданно возникающие обстоятельства публичного общения, механизмов мотивации и оживления внимания и интереса аудитории, понимания и запоминания текстовой информации.

Интерактивная часть тренинга готовит участников к более результативному взаимодействию с аудиторией. Это предполагает умение ориентироваться в ее типах и устанавливать соответствующую манеру общения с ней, а также вовлекать слушателей в содержание выступления, умело контролировать их активность (в том числе и в плане задавания вопросов и формулирования возражений), формировать и поддерживать доверительную и доброжелательную атмосферу общения.

Итогом такого консультирования является повышение ораторской энергетике, связанной с выходом участника занятий из «зоны собственного комфорта» [4, с. 181] для осуществления успешных презентаций и публичных выступлений.

Наиболее продуктивно проводить занятия с перерывом в несколько дней (именно поэтому ораторские тренинги наиболее продолжительны), а отдельные встречи целиком посвящать коммуникативным играм, чтобы почувствовать специфическую манеру публичного общения каждого участника, ее «плюсы» и «минусы», и усилить эффект влияния группы на принятие оратором решения об изменении или же упрочении стиля речевого поведения. Поскольку большинство участников тренинга испытывает в той или иной степени неуверенность, нервозность, и даже страх, разумно предварительно организовать беседу на предмет выявления уровня и особенностей коммуникативной тревожности, в чем отчасти помогает самоотчет о боязни публичных выступлений, разработанный Дж. Маккроски [1, с. 269 – 277]. Однако значение самоотчета не следует преувеличивать, поскольку некоторые проявления тревожности в нем не учтены (например, стремление выдавать желаемое за действительное, завышение собственных возможностей, неискренность при оценке утверждений самоотчета), отдельные ее показатели могут не осознаваться клиентами в качестве таковых, а сам страх публичного выступления может, в свою очередь, выступать заместителем объектов первичного беспокойства [7, с. 156]. Кроме того, важный момент, сопровождающий ораторские тренинги, состоит в том, что клиенты с повышенной тревожностью часто не доходят до финиша: заболевают перед каким-либо ответственным коммуникативным мероприятием, находят для себя на данный момент другие, более серьезные, занятия либо просто «пропадают».

Консультирование по вопросам делового общения по преимуществу проводится для корпоративного клиента, т. е. сотрудников одной организации, включенных в систему моделей поведения, действующих на рабочем месте. Заказчик, отправляя своих сотрудников или стажеров к консультанту, пытается ускорить их адаптацию к новой работе либо внутреннюю интеграцию коллектива. Важно понять, что консультант в таком случае лишь инициирует осознанное освоение компонентов корпоративной культуры, частя-

ми которой выступают принятая форма лидерства, стили разрешения конфликтов, действующая система коммуникации, положение индивида в организации, принятая символика (лозунги, табу, ритуалы). Восстребованными объектами коммуникативного консультирования выступают:

- коммуникативные стандарты поведения, заданные ролью, должностным положением индивида в организации (в этом смысле *помощник руководителя* является одной из популярных фигур консультативного воздействия);

- деловой речевой этикет как совокупность речевых средств и правил их ситуативного использования, имеющая международный, национальный, меж- и внутрикорпоративный характер;

- письменные и устные жанры делового общения (*письмо-извинение, письмо-напоминание, письмо-приглашение, благодарственное письмо и т. д.*), а также коммуникативные формы делового взаимодействия (*совещание, переписка, разговор по телефону*) и даже производственные процессы (*call-центр*).

При освоении форм делового общения важно выяснить должностное положение клиента, круг его обязанностей, наиболее типичные формы и жанры, определяют язык его рабочего места. Изменению коммуникативного поведения способствуют тренинговые занятия в форме кейс-игр, в которых оттачиваются бизнес-процессы, воплощенные в речевой форме.

В качестве проблем коммуникативного консультирования также выделяются консультирование по вопросам *телефонного делового общения, речевой манипуляции и противостояния ей, разрешения конфликтов, собеседования, уверенного поведения, работы с клиентами, работы с возражениями, харизмы* (личной притягательности и эффективности).

Итак, развитие коммуникативного консультирования как отрасли прикладной лингвистики, направленной на оптимизацию гоминизаторской функции языка и речи, предполагает решение ряда важных задач. Прежде всего, это – придание коммуникативному консультированию статуса самостоятельной практики, не могущей до конца замещаться практикой любого другого, в том числе и психологического, консультирования. Во-вторых, консультативная деятельность в сфере коммуникативного мастерства способствует переложению и популяризации общей и частных лингвистических теорий для разработки и внедрения методик формирования эффективного речевого поведения индивида и речевой культуры отдельного профессионального коллектива и организации. В-третьих, последовательное развитие коммуникативного консультирования должно сопровождаться созданием системы центров ораторского мастерства не только как коммерческих организаций, но и как лабораторий при университетах или при каких-либо других учебных заведениях, а также как некоммерческих объединений ученых, профессиональных коммуникаторов, заинтересованных лиц. В-четвертых, продвижение коммуникативного консультирования должно правильно задавать установку на восприятие обществом ценностей успешного общения, которые не состоят исключительно из системы застывших предписаний, запретов и санкций, налагаемых на

коммуникацию, а представляют собой условия для стратегии личностного, социального, политического и эффективного (со)существования и обеспечивают экономического выживания субъектов общения.

Литература

1. McCroskey, J. C. Measures of communication-bound anxiety / J. C. McCroskey // Speech Monographs. – Vol. 37. – 1970. – № 4.
2. Баранов, А. Н. Введение в прикладную лингвистику: учебное пособие / А. Н. Баранов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
3. Баранов, А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика: учебное пособие / А. Н. Баранов. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 592 с.
4. Галло, К. Презентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса / К. Галло. – М.: Манн: Иванов: Фербер, 2011. – 224 с.
5. Гийом, Г. Принципы теоретической лингвистики / Г. Гийом. – М.: Эдиториал УРСС, 2004. – 224 с.
6. Иванов, Л. Ю. Американская риторика / Л. Ю. Иванов // Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник. – М.: Флинта: Наука, 2003.
7. Кочюнас, Р. Основы психологического консультирования и групповой психотерапии / Р. Кочюнас. – М.: Академический Проект: ОППЛ, 2003. – 464 с.
8. Риторика: учебное пособие / под ред. П. А. Катышева. – Кемерово: КемГУ, 2011. – 337 с.
9. Тейяр де Шарден, П. Феномен человека / П. Тейяр де Шарден. – М.: Наука, 1987. – 240 с.

Информация об авторе:

Катышев Павел Алексеевич – доктор филологических наук, профессор кафедры стилистики и риторики КемГУ, katpa@rambler.ru.

Pavel A. Katyshev – Doctor of Philology, Professor at the Department of Stylistics and Rhetoric, Kemerovo State University.