

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра теории, истории языка и прикладной лингвистики

КОММУНИКАТИВНЫЕ НЕУДАЧИ В СФЕРЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ДИАЛОГОВ СПЕЦИАЛИСТОВ CALL-ЦЕНТРА)

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
МАГИСТРА

студентки 2 курса 252 группы
направления 45.04.01 «Филология»
профиль «Теория языка и компьютерная лингвистика»
Ахмедовой Нигоры Анатольевны

Научный руководитель

Кандидат филологических наук, доцент _____ Каменская Ю.В.

Зав. кафедрой

Доктор филологических наук, профессор _____ Крючкова О.Ю.

Саратов 2019

В нашей работе была рассмотрена такая проблема как коммуникативные неудачи в сфере профессионального общения. Как говорилось ранее, общение - неотъемлемая часть жизни, но важно понимать, что существуют разные сферы, в которых общение отличается. Профессиональное общение включает в себя деловые переговоры, как личные встречи, так консультации по телефону и деловые переписки. Общение в письменном виде в век технологий набирает всю большую популярность, поэтому его нельзя оставлять без внимания. Следовательно, это является достаточным обоснованием актуальности данной работы.

Для исследования была выбрана сфера профессионального общения сотрудников call-центра с клиентами. Большинство исследований на тему коммуникативные неудач рассматривают ее обобщено, поэтому тема данной работы обладает достаточной степенью оригинальности.

Цель нашего исследования заключается в выявлении коммуникативных неудач в письменных деловых диалогах, где участники составляют пару.

В процессе достижения цели были поставлены и решены следующие **задачи**:

1. Определить сущность и содержание понятия коммуникативная неудача;
2. Построить типологию коммуникативных неудач;
3. Определить причины возникновения коммуникативных неудач
4. Разработать рекомендации по снижению риска коммуникативных неудач в определенном типе общения

Объект исследования — коммуникативные неудачи, возникающие в письменном взаимодействии сотрудников call-центра и клиентов.

Предмет исследования - причины возникновения коммуникативных неудач в ситуациях делового общения.

В работе применялись теоретические и практические методы исследования.

Теоретические:

1) анализ и обобщение исследований, посвященных проблеме коммуникативных неудач.

Практические:

1) наблюдение;

2) анализ материала.

Материал исследования - диалоги сотрудников call-центра с клиентами, обратившимися в поддержку в чат.

Анализируя имеющиеся теоретические исследования и делая собственные выводы, мы выносим на защиту следующие положения исследования.

1. Коммуникативная неудача - это явление коммуникативного акта, при котором участники коммуникации не могут реализовать свои коммуникативные цели.

2. Причины возникновения коммуникативных неудач часто связаны не только с языком и языковыми особенностями.

Теоретическую базу исследования составили труды российских и зарубежных лингвистов Б.Ю. Городецкого, О.Ц. Йокояма, О.С. Иссерс, А.А. Леонтьева, Н.А. Стернина, Н.Н. Формановской и другие.

Научная новизна работы состоит в том, что в ней с опорой на сложившуюся к настоящему времени теорию коммуникативных неудач производится верификация уже имеющихся знаний на конкретном примере речевых ситуаций.

Теоретическое значение выводов и результатов, полученных в настоящем исследовании, заключается в том, что они углубляют уже известные знания о природе коммуникативных неудач, определяют условия и особенности его появления.

Практическая ценность работы видится в том, что результаты проведённого исследования могут найти применение при разработке специальных скриптов и процедур для обслуживания клиентов в письменном виде и улучшению показателей сервиса.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Список использованной литературы включает 50 наименований русских и иностранных изданий; в нём представлены произведения научной литературы, монографии, словари, материалы научных конференций, статьи из научных журналов, энциклопедии, справочники и др.

В приложениях представлены примеры диалогов, которые являлись материалом исследования.

Глава 1. Речевое общение и коммуникативные неудачи посвящена основным проблемным, дискуссионным моментам в данной области.

Успешность речевого общения во многом определяется слагаемыми прагматического характера. Успешность коммуникации может быть определена как достижение говорящим стратегической цели в условиях бесконфликтного речевого взаимодействия. Неуспешность, неэффективность речевого общения приводит к явлениям, получившим название коммуникативного конфликта, коммуникативной неудачи и коммуникативного дискомфорта.

Любые нарушения "правил коммуникативного кодекса" в лингвистической литературе принято обозначать термином коммуникативные неудачи.

В процессе построения речи участниками речевой ситуации устанавливаются определенные цели и стратегии. Успешность коммуникации может быть определена как достижение говорящим стратегической цели в условиях бесконфликтного речевого взаимодействия. Неуспешность, неэффективность речевого общения приводит к явлениям,

получившим название коммуникативного конфликта, коммуникативной неудачи и коммуникативного дискомфорта.

Несмотря на то, что существует различное понимание термина *коммуникативная неудача*, основу его составляет, прежде всего, понимание коммуникативной неудачи как положения вещей, при котором коммуниканты не могут реализовать свои коммуникативные ожидания.

Понятие коммуникативной неудачи определенным образом соотносится с понятием коммуникативного конфликта. Коммуникативный дискомфорт может присутствовать в диалоге вне зависимости от наличия коммуникативной неудачи. Коммуникативные неудачи практически не существуют без коммуникативного дискомфорта, который как бы является их составной частью. В свою очередь коммуникативные неудачи могут привести к коммуникативному конфликту, который может закончиться либо коммуникативной удачей для одного из коммуникантов, либо коммуникативным компромиссом. Таким образом, в диалоге могут быть представлены все явления, создающие трудности коммуникации. Рассмотрим более подробно причины коммуникативных неудач и основные их классификации.

Причины коммуникативных неудач (недоразумений, непониманий) изучены с разных точек зрения. Раньше за догму принимали кооперативный принцип коммуникации, согласно которому говорящий старается как можно более тщательно приспособить свою речь к реципиенту. Как показали психолингвистические эксперименты, это только идеал, который практически никогда не встречается. Как раз в неспособности последовательно провести принцип кооперации кроется большой риск неуспешности коммуникации.

Любое высказывание тем или иным образом связано с действительностью или, более конкретно, с ее ограниченным фрагментом. «Смысл», или то, что мы хотим выразить, нередко имеет

достаточно неопределенный облик в наших мыслях. Из-за этого поиск слов, подходящих к его выражению, – непростая задача. Выбрав языковую форму для данного смысла, говорящий произносит высказывание. И здесь существует риск затруднить понимание, если он совершает в своей речи ошибку. Фаза, на протяжении которой высказывание переходит от говорящего к реципиенту, естественно, имеет свои отличия при устном и письменном общении. Вследствие этого устная и письменная формы коммуникации имеют собственные ловушки при доведении речи до сознания реципиента.

Н.И.Формановская указывает на то, что непонимание, недоразумение и сбой в общении могут быть обусловлены самыми разными причинами, как внешними, экстралингвистическими, так и собственно языковыми. Например, к коммуникативным неудачам приводят и различия в картинах мира, сформированные разными национальными культурами (это так называемые "несовпадения речевого поведения свободно говорящих на одном языке представителей разных национальностей в силу специфики национально-культурных стереотипов..."), и разные ментальные модели фрагментов действительности и социальное "неравноправие" коммуникантов, и нарушения условий места и времени коммуникации.

Несмотря на частные различия, в целом исследователи сходятся в том, что коммуникативные неудачи - "вполне обычное явление в реальном человеческом общении". Они постоянны и естественны, т.к. непонимание, недопонимание, неумение услышать, а также и неумение выразить мысль - почти неизбежные спутники естественного общения.

В Главе 2. Коммуникативные неудачи в сфере профессионального общения представлен анализ оригинального материала.

Для исследования такого понятия, как коммуникативные неудачи в сфере профессионального общения были собраны следующие материалы: реальные диалоги операторов call-центра Билайн с клиентами,

обратившимися в чат-поддержку. Всего было отобрано и проанализировано 18 диалогов, которые были выбраны случайным образом. Все диалоги были оценены клиентами после консультации по двум критериям: качество обслуживания (как оператор провел консультацию) и готовность рекомендовать Билайн (насколько в целом удовлетворены работой компании).

Были проанализированы как консультации с высокими оценками, так и с низкими. Максимальная оценка могла быть 10 (полностью доволен), минимальная оценка - 0 (полностью недоволен). Диалоги для анализа были взяты разной длительности, разных специалистов, которые могли быть из города Саратова или Нижнего Новгорода, при этом клиенты могли быть из любого города России (при сборе материала, как и при анализе, это не учитывалось). Также важно отметить, что диалог мог происходить в разное время года и время суток, но данный факт также не учитывался при сборе и анализе материала.

В данной работе мы опускаем процедурные и другие корпоративные моменты, анализ производится только с точки зрения языка, языковых средств.

Для практической части работы были выбраны диалоги с разными оценками клиентов для того, чтобы сравнить, что могло бы повлиять на тот или иной балл. Важно так же отметить, что взяты диалоги разных специалистов, с целью выяснить, влияет ли индивидуальный стиль общения специалиста call-центра на оценку клиента. Все диалоги различаются и по длительности консультации, часть из них короткие (5-10 минут), часть - долгие (более 30 минут).

При анализе также было обращено внимание на наличие/отсутствие грамматических, орфографических и речевых ошибок. При этом учитывался тот факт, что сотрудник чата одновременно мог общаться с несколькими (до

3-х) клиентами, что могло влиять на качество набираемого текста и на формулировки ответов.

Для анализа были отобраны диалоги специалистов call-центра Билайн с клиентами, обратившимися в чат-поддержку. Материал был выбран случайным образом, основным критерием для выбора служило наличие оценки клиента консультации. После консультации клиенту приходит смс-опрос, в котором можно ответить на два пункта: готовность рекомендовать компанию и оценка самой консультации. Шкала оценки - десятибалльная, где 0 полностью не удовлетворён, 10 - полностью удовлетворён.

Основным критерием для оценки коммуникативной неудачи является оценка клиента. При анализе диалогов было выяснено, что не всегда оценка соответствует качеству диалога с языковой точки зрения.

Показательно, что диалоги, в которых специалист использует максимально официальный стандартизированный стиль, чаще получают низкие оценки. Высокие оценки клиентов, а, следовательно, отсутствие коммуникативных неудач присуще диалогам коротким с «живыми» репликами специалиста. В таком случае клиент более расположен к диалогу и менее насторожен. Так, в диалоге 15 (полный текст в Приложении) мы видим короткий диалог клиента с оператором, где всего одно сообщение от клиента («Я только что положил 500 рублей на счёт почему не дошли?»). Оператор дает развернутый ответ на вопрос почему не дошли и сразу, не дожидаясь вопроса от клиента, информирует о сроках решения вопроса. При этом специалист использует простые понятные формулировки, выражает своё желание помочь и своё понимание клиента такими оборотами как «к сожалению». В конце оператор благодарит клиента и приглашает обращаться, если возникнут вопросы: «Спасибо, что Вы с нами, мы это очень ценим! Если возникнут еще вопросы, помните, мы работаем 24/7 и будем рады помочь Вам! Всего доброго! До свидания!». Нет сомнений, что специалист заинтересован в решении вопроса. На это указывают и полная

консультация по заданному вопросу, и предложение помощи в дальнейшем. Комментариев от клиента нет, но исходя из поставленной оценки (10/10) можно сделать вывод, что несмотря на то, что фактически проблема не решена, деньги на счёт не поступили, клиент удовлетворен ответом и коммуникацию можно считать успешной.

Примеры, в которых используются стандартные фразы, с нагруженными предложениями и большим количеством терминов (названия услуг, программ, ситуаций с технической точки зрения) низко оцениваются клиентами, несмотря на отсутствие прямого конфликта в диалоге. По комментариям, которые оставляют клиенты в смс-опросе, часто видно, что клиент не получил должного внимания со стороны специалиста, а именно погружения в проблему. Отправка стандартных фраз со стороны клиента часто воспринимается как «отписка» или общение с роботом.

Использование смайликов, отход от общепринятых деловых шаблонов, увеличивает вероятность получения высокой оценки от клиента. Возможно, это связано с тем, что коммуникативные неудачи происходят из-за стыка стилей в общении. А именно: клиент, обращаясь в поддержку, не всегда настроен именно не деловой формат общения, ему важно получить ответ на вопрос или решить проблему, но как официальное обращение такая речевая ситуация не воспринимается клиентом, что приводит к конфликту в диалоге. Получая технические, сухие ответы специалистов, которые действуют в рамках процедур, клиент чувствует себя непонятым. Как раз в такой ситуации мы можем говорить о коммуникативной неудаче.

Проанализируем один из диалогов (полный текст диалога представлен в Приложении – Диалог 3.). Оценка компании в целом, как и конкретной консультации, была поставлена самая низкая – 0. Клиент оставил следующий комментарий: *«прочитайте чат операторы не вникают в тему и не помогают, очень долго отвечают»* (орфография и пунктуация сохранена). Грамматических, речевых, пунктуационных ошибок со стороны

сотрудника нет. Сначала клиент общался с чат-ботом, получая стандартные несвязанные ответы. После перевода на живого специалиста, ситуация не изменилась. Ответы остались прежними. Со стороны сотрудника не было предпринято никаких действий, чтобы снизить негатив и беспокойство клиента. Диалог оператора с клиентом закончился следующей фразой специалиста: *«Я проверил подключение услуги интернет по Вашему номеру, ограничений нет. Причиной указанных Вами в письме трудностей может быть увеличение нагрузки на базовые станции, обслуживающие Ваш район. Загруженность сети на разных участках зависит от количества пользователей услуг сотовой связи, находящихся в зоне обслуживания конкретной базовой станции. Я сейчас запустил Вам обновление сим-карты, отключите Ваш телефон на 5-7 минут»*. Клиент на данное сообщение не ответил, но после консультации оставил вышеприведенный комментарий.

Сравним сообщение оператора с сообщением чат-бота: *«Мобильный интернет можно подключить с телефона, набрав команду *110*181# Вызов. Данная команда подключает пакет трех услуг. Для настройки опции перейдите по ссылке <http://beeline.ru/>.... Автоматическую настройку мобильного интернета можно заказать звонком на номер 0880. Пароль сохранения настроек – 1234. Звонок бесплатный»*.

Как видим, в обоих вариантах представлен «неживой» текст с чёткими, но непонятными в бытовом общении формулировками. Отсутствие элементов «живого» общения в диалоге со стороны оператора привело к тому, что клиент сделал вывод о том, что операторы в суть проблемы не вникают, следовательно, не хотят помочь, таким образом, потребность клиента неудовлетворенна.

В диалоге 2 (приложение) мы видим оценку клиента 0 и комментарий: *«нужна помощь специалиста, а не очередной дуры»*. Первое, что бросается в глаза при анализе — отсутствие официально-делового стиля, этики и даже

оскорбление со стороны клиента по отношению к оператору. Кроме качественного анализа в этом случае был применен метод количественного анализа. А именно, глядя на диалог невозможно не обратить внимания на то, что на 16 реплик клиента приходится всего 4 сообщения специалиста, включая стандартную фразу приветствия. Не сложно предположить, что ответ на свой запрос клиент не получил. Из четырёх сообщений специалиста первое — приветствие, второе — уточнение местоположения (*«Вы в Санкт-Петербурге находитесь?»*), третьей фразой была реакция на 7ое по счёту сообщение от клиента, в котором он проявляет нетерпение и недовольство отношением оператора. Клиент пишет:

«—?

—*по телефону не дозвонится*

—*это всё? На этом тех поддержка закончилась?*

—*есть кто живой?*

—*???*»

Только после такого количества сообщений клиент получает реакция сотрудника: *«Еще некоторое время, проверяю информацию. Телефон на 1 или 2 сим-карты?»*. После еще 5 сообщений от клиента, специалист отправил заключительную четвёртую фразу: *«Я Вам сейчас переподключила настройки интернета. Телефон перезагрузите и пробуйте выходить. Все должно работать»*. В данном примере клиент явно не получил никакого внимания, реакцию специалиста в буквальном смысле приходилось выпрашивать при этом со стороны оператора не было выражено никаких эмоций. Ответы короткие, техничные и неживые. Клиент понимал, что общается не с роботом, что, по всей видимости, еще больше огорчало, так как он напрямую говорит о том, что не получает поддержки (*«на этом поддержка закончилась?»*). В данном примере можно говорить не только о несовпадении стилей общения, но и об отсутствии реальной заинтересованности специалиста в вопросе клиента.

Исходя из анализа диалогов, мы сделали вывод о том, что основной причиной коммуникативных неудач в сфере письменного официально-делового общения является настрой на разные стили общения, что приводит к непониманию, чаще всего со стороны клиента.

Важно понимать, что обращение в поддержку для клиента не является поводом для настроя на официально-деловое общение, то есть разговорный, привычный стиль, в общении с оператором со стороны клиента сохраняется. Встречаясь в диалоге с чётко структурированными фразами оператора, у клиента может возникать чувство, что его вопросом не хотят заниматься, и к нему нет индивидуального отношения.

В **заключении** были сформулированы причины коммуникативных неудач в профессиональном общении. Для того, что бы успешно провести исследовательскую работу, мы проанализировали реальные диалоги специалистов call-центра с клиентами, после которых клиенты получали смс-опрос. Именно анализ научной базы позволил нам провести качественный анализ письменной коммуникации, в которых было обнаружено такое языковое явление, как коммуникативная неудача.

Помимо анализа научной литературы и качественного анализа практического материала, были разработаны рекомендации для специалистов, позволяющие повысить уровень клиентского сервиса. Данные рекомендации направлены на «оживление» речи специалистов и на изменение настроя в общении. Необходимо добавить, что рекомендации обобщенные и не могут быть универсальными, так как все люди индивидуальны, а следовательно, реакция на те или иные вещи может быть совершенно разная. Но, основываясь на результатах анализа выбранных диалогов, можно предположить, что в большинстве случаев рекомендации будут положительно влиять на ход диалога и отношения компания-клиент.