

Карташова Валентина Николаевна

SMALLTALK КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ УМЕНИЙ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ СТУДЕНТОВ

В статье рассматривается вопрос развития умений делового общения при обучении студентов неязыковых направлений иностранному языку. В качестве средства развития используется Smalltalk (маленькая беседа). В статье дан краткий обзор видов общения, приведены примеры обучающей деятельности будущих бакалавров по профилю подготовки "Туризм" на занятиях по немецкому языку.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/8-2/20.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 8 (38): в 2-х ч. Ч. II. С. 72-74. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/8-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_phil@gramota.net

УДК 378.16

Педагогические науки

В статье рассматривается вопрос развития умений делового общения при обучении студентов неязыковых направлений иностранному языку. В качестве средства развития используется Sm llt lk (маленькая беседа). В статье дан краткий обзор видов общения, приведены примеры обучающей деятельности будущих бакалавров по профилю подготовки «Туризм» на занятиях по немецкому языку.

Ключевые слова и фразы: профессиональное общение; деловое общение; иностранный язык; образовательный результат; стратегия ведения «Smalltalk»; маленькая беседа.

Карташова Валентина Николаевна, д. пед. н., профессор
Елецкий государственный университет имени И. А. Бунина
kartashova_vn@mail.ru

SMALLTALK КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ УМЕНИЙ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ СТУДЕНТОВ[©]

В настоящее время обществу нужны образованные люди, которые могут принимать ответственные решения в ситуациях выбора, способны к сотрудничеству, отличаются мобильностью, динамизмом, конструктивностью, готовы к межкультурному взаимодействию. Действенным механизмом и ресурсом формирования и развития данных качеств является овладение выпускником вуза иностранным языком, что выдвигает его в разряд приоритетных дисциплин.

Изучение дисциплины «Иностранный язык» предусмотрено базовой (обязательной) частью цикла «Гуманитарный, социальный и экономический цикл» федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400 Туризм (квалификация (степень) «бакалавр»). В качестве образовательных результатов освоения дисциплины «Иностранный язык» в соответствии с ФГОС ВПО выступают: основные особенности делового письменного и устного общения в туристской индустрии с представителями культуры иноязычных стран, правила речевого этикета и основные особенности официально-делового стиля, необходимые для проектирования программ туров, турпакетов и других продуктов туристской индустрии. Для решения задач своей профессиональной деятельности будущему бакалавру по направлению подготовки 100400 Туризм необходимо овладеть иноязычной коммуникативной компетенцией, достаточной для осуществления профессионального общения на элементарном уровне: оформлять бумаги, связанные с повседневной жизнью в стране изучаемого языка (чеки, факсы, телексы), вести деловую переписку и составлять документы (контракты, заказы, рекламу и т.п.); участвовать в деловых переговорах, круглых столах, поддерживать беседу и правильно (имеется в виду лингвистическая сторона проблемы) организовывать и проводить презентацию турпродукта.

Как можно наиболее эффективно осуществить на занятиях по немецкому языку развитие важной составляющей современного компетентного и конкурентоспособного бакалавра – умения делового общения в процессе иноязычного образования?

Прежде всего, ответим на вопросы, что же такое общение и какие виды общения нам известны.

Общение – это процесс обмена информацией между людьми при помощи языка. Различают деловое, развлекательное и фатическое общение.

Деловое общение в самом широком смысле – это вид общения, направленный на достижение деловой цели. Деловая цель бывает двух видов – предметная и информационная. В деловом общении человек ставит задачу убедить партнера принять конкретные действия, дать необходимую информацию, побудить принять партнера конкретные действия, побудить собеседника учесть в своих действиях его интересы и т.д.

Деловое общение также подразделяется и по каналам передачи информации. Оно может быть устным и письменным. Письменное общение осуществляется посредством служебной записки, делового письма, электронного сообщения, объявления, отчета. Устное деловое общение подразделяется на деловое общение «лицом к лицу» (face to face) – это диалог, монолог, полилог – и телефонное деловое общение [2, с. 135].

Развлекательное общение – это общение за игрой, во время праздничного застолья, рассказывание анекдотов и занимательных историй и т.д. Цель развлекательного общения – получить удовольствие от встречи и разговора друг с другом.

Фатическое общение – это общение «светское», то есть разговор на общепринятые темы для взаимного проведения времени. Этот вид общения используется тогда, когда людям надо просто поддержать контакт друг с другом, подтвердить дружеские отношения. Примером такого общения в английском языке может являться так называемый *Small Talk*, то есть светская беседа ни о чём, но для поддержания разговора.

Нам кажется, что хотя и существует классификация видов общения по целям, тем не менее, только тогда деловое общение успешно, когда деловой человек владеет навыками общения всех трёх видов и вовремя пользуется ими.

Мы полагаем, что для овладения речевым этикетом повседневного и делового общения большую возможность представляет использование на практических занятиях по немецкому языку «Smalltalk». В переводе

с английского языка «Small talk» обозначает «маленькая беседа», «беседа мимоходом». Термин «Smalltalk» в Германии прочно вошел в профессиональную культуру менеджеров как синоним неформальной беседы в профессиональном деловом общении. Почему немецкие дидакты воспользовались английским термином для обозначения такого способа неформального общения? Причин, на наш взгляд, несколько.

Следует отметить, что во всех европейских языках наблюдается всемирная тенденция интенсивного заимствования английских слов американского происхождения. Так, в словарном составе современного немецкого языка произошли громадные изменения: в строй немецкой лексики активно внедряются англоамериканизмы. Горестные сетования на засорение немецкой речи английскими (американскими) словами и выражениями не прекращаются вот уже более сорока лет. В самом деле, как констатирует Е. В. Розен, «если в 18 в. было зарегистрировано только 11 английских заимствований, а к началу 20 в. – 392 слова, то сегодня лексикографы просто не могут уследить за ростом использования английских слов в немецком языке» [1, с. 124]. Активность немецкого словообразования существенно поддерживает экспансию англицизмов, стимулируя организацию англо-немецких и немецко-английских слов. Этим, вероятно, и объясняется слитное написание термина.

Вторая причина, на наш взгляд, скрыта в желании заимствования приемов английской дипломатии: не переходить сразу в свойственной немцам манере к деловым разговорам. Итак, что же это такое «Smalltalk» и как его можно освоить?

«Smalltalk» – это форма гласности, которую необходимо предусмотреть в профессионально-ориентированном контексте для установления неформальных контактов. «Smalltalk» представляет великолепный шанс знакомства с новыми коллегами, сбора информации, рекомендаций, возможность заявить о себе и о своем деле, пробудить интерес окружающих к своей персоне. «Любой контакт начинается именно со *Smalltalk*. Таким образом, происходит как бы первое взаимное сканирование. *Smalltalk* является очень важным фактором карьеры, потому что часто она зависит от твоих контактов и отношений с определенными людьми» [3]. Как утверждают немецкие специалисты М. Брехт, Б. Домке, В. Ласко и др., «Smalltalk» – это важная составляющая профессионального имиджа делового человека, шанс сделать шаг по ступенькам своей карьерной лестницы [4, S. 14; 5, S. 9].

«Smalltalk» можно проводить в специально отведенные четверть часа перед началом какого-либо заседания, совещания, семинара. Кроме этого существуют и другие великолепные возможности для «Smalltalk»: на презентациях, в вестибюле, в лифте, на корпоративной вечеринке, в беседе по телефону с клиентами и деловыми партнерами. Гласная игра «Who is who?» – не только ярмарка тщеславия, но и ярмарка возможностей. Однако часто случается так, что возможности существуют, но они реализуются не в полной мере. Причина кроется, как считают психологи, в экстравертированности и интравертированности человека. Конечно, для экстраверта начать непринужденную беседу в кругу незнакомых лиц значительно легче, чем закомплексованному интроверту. Но специалисты считают, что искусству легкой беседы в стиле «Smalltalk» можно выучиться.

Нами была разработана стратегия ведения «Smalltalk», предусматривающая серию ролевых заданий и ролевых игр на занятиях по немецкому языку.

Ситуация 1. Умение представить себя.

Alle Teilnehmer sind miteinander im Gespräch. Sie wollen sich einer Gesprächsrunde anschließen. Wie macht man das?

Shleicht man sich un auffällig her zu und hofft, dass ein Teilnehmer die Runde für Sie öffnet? Oder stürzt man sich betont selbstbewusst auf eine Gruppe und brüllt: «Darf ich mich vorstellen? Mein Name ist Margret Müller. Ich bin Marketing-Assistentin. Und Sie?»

Oder geht man auf eine Gruppe zu, fädelt sich eindeutig in die Runde ein und sagt man erst einmal nur freundlich «Guten Tag!» Wenn Ihnen sofort Gehör geschenkt wird, kann man sich mit dem Namen vorstellen oder einfach sagen: «Darf ich mich Ihnen anschließen...?» Sonst hören Sie einfach eine Weile zu, um sich dann einbringen zu können.

Презентовать себя в процессе «Smalltalk» – это рассказать о себе, своей профессиональной деятельности кратко по формуле GNA (Gruß, Name, Aufhänger): приветствие, полное имя и причина пребывания, например: «Ich sorge für den reibungslosen Transport unserer hochwertigen Keramikeln aus der Provence»; «Guten Morgen. Ich bin Stefanie Rudloff. Ich arbeite als Praktikantin bei XY Industries und sehe hier auf der Messe dem Marketing-Team über die Schulter».

Ситуация 2. Умение спрашивать. *Offene Fragen stellen, aber nicht nur.*

Задавать вопросы – самый легкий путь начать и поддерживать беседу. Большинство людей благодарны, когда интересуются ими и их мнением. Необходимо практиковать постановку прямых вопросов, на которые нельзя ответить лишь кратким «Да» или «Нет»: *Und was machen Sie beruflich? Wie fanden Sie die Diskussion heute Abend? Wer ist denn der Mann, um den sich da vorne alle scharen?*

Ситуация 3. Умение делать комплименты.

«Smalltalk» – это умение делать комплименты. Ничто не действует так стимулирующе, как искренний комплимент. Конечно, такие плоские намеки, как «Ich wußte gar nicht, dass Meier & Co. so attraktive Mitarbeiterinnen hat», ничего общего с этим не имеют. Лучше всего следует похвалить деталь одежды «Ich bewundere schon die ganze Zeit Ihr Hutchen. Haben Sie das selbst gestickt?»

или декоратора за удачный вернисаж «Was für eine wunderbare Tischdekoration! Hier müssen echte Künstler am Werk gewesen sein!»

Ситуация 4. Умение предложить помощь.

Выбрать из двух вариантов наиболее подходящий для создания благоприятной основы для ведения *Smalltalk*.

Bieten Sie Hilfe an! 1. Sie gucken so ratlos in Ihre Unterl gen. Müssen Sie u h zum S l H mburg? Wenn Sie mö h ten, k nn i h Sie hinbringen. 2. Sie gu ken so r tlos in Ihre Unterl gen. Müssen Sie u h zum S l H mburg? Kommen Sie, ich bringe Sie hin.

Подобные задания активизируют учебную деятельность студентов, растет их интерес к немецкому языку, соответственно, растет уровень языковой подготовки и умений делового общения.

Список литературы

1. Розен Е. В. На пороге XXI века. Новые слова и словосочетания в немецком языке. М.: Менеджер, 2000. 192 с.
2. Самохина Т. С. Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств: учеб. пособие по профессиональной межкультурной коммуникации. М.: Р. Валент, 2005.
3. Сосницкая О. *Small talk*: большое искусство «маленькой беседы» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dw.de/dw/article/0,,4454249,00.html> (дата обращения: 30.05.2014).
4. Brecht M. *Smalltalk gehört dazu* // Markt Materialien aus der Presse. Goethe Institut, 1996. Ausgabe 7.
5. Donke B. *Schönes Wetter heute* // Markt Materialien aus der Presse. Goethe Institut, 2004. Ausgabe 30.

SMALLTALK AS A MEANS OF BUSINESS COMMUNICATION SKILLS DEVELOPMENT OF STUDENTS

Kartashova Valentina Nikolaevna, Doctor in Pedagogy, Professor
Yelets State Bunin University
kartashova_vn@mail.ru

In the article the issue of business communication skills development while foreign language teaching of students of non-linguistic specialities is considered. As a means of development Smalltalk is used. In the work a brief review of types of communication is given, the examples of educational activity of future bachelors in the specialization "Tourism" during the German language classes are presented.

Key words and phrases: professional communication; business communication; foreign language; educational result; strategy of having "Smalltalk"; small talk.

УДК 81'33

Филологические науки

В статье рассматривается фрейм пассивных синтаксических конструкций речевых актов англоязычного прагматического дискурса на основе естественно идентифицируемых как образных, так и логических дискретных составляющих. Фрейм оперативно видоизменяем в соответствии с ситуацией общения, дополнен конструкциями языка, выражающими активные, пассивные залоги и продолженные время. Использование фрейма снимает ряд барьеров психоречевых и речемыслительных процессов общения, снижает необходимую энергетику когнитивных процессов.

Ключевые слова и фразы: коммуникация; фрейм; актуализация; дискурс; ситуация; наследование; моделирование; слоты; концептосфера.

Котельникова Евгения Владимировна, к. филол. н.
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
jenni.kot@yandex.ru

**КОГНИТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПАССИВНЫХ
СИНТАКСИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЙ РЕЧЕВЫХ АКТОВ[©]**

Групповая коммуникация может быть представлена как непрерывная смена речевых актов, в которых интенции коммуникантов, имеющих специфическую структуру композиционно-речевых форм, определяют характер общения и восприятия информации. В групповой коммуникации участвует множество противоположных по типу мышления субъектов, отличающихся по восприятию мира, его категоризации, концептуализации понятий [1] и картине мира. Структурированная когнитивная картина мира основана на индивидуальной концептосфере, динамических механизмах познания и когнитивных стереотипах восприятия знаний, при этом индивидуальная концептосфера субъекта пересекается с групповой концептосферой.

В практической деятельности важно снимать когнитивные, психофизиологические и компетентностные барьеры коммуникации. Это может обеспечиваться использованием когнитивных моделей быстрого вовлечения коммуникантов в дискурсивную практику с использованием ограниченного, но достаточного для группового общения, объема грамматического и семантического материала, основанного на функционирующих в данном стиле единицах и категориях. Продуцируемые на такой базе речевые акты, избирательно актуализируют определённые стороны синтаксиса и семантики, формируя прагматический дискурс общения.