

RU

## Средства выражения обратной связи в немецком языке

Шурупова Т. Ю.

**Аннотация.** Цель исследования – выявить специфику средств выражения обратной связи / фидбэка в устной форме на немецком языке как вида речевого оценочного взаимодействия в профессиональной коммуникации. Научная новизна статьи определяется использованием мультимодального подхода для определения лингвистических и нелингвистических средств выражения обратной связи в немецком языке. Возможности мультимодального анализа позволяют учитывать как аудиальные данные речи, так и визуальную информацию во время говорения, например мимику и жесты. Полученные результаты показали, что обратная связь в процессе деловой коммуникации занимает важную позицию, служит регулятором в профессиональных взаимоотношениях. Она имеет характерные черты, структуру, качественно отличается от похвалы или критики. Мультимодальный анализ с носителями языка позволяет получить данные о доминантных средствах выражения исследуемой интенции. С точки зрения лингвистических средств она воспринимается как комплекс фонетических и лексико-синтаксических маркеров. В статье представлены также анализ невербальных и проксемических признаков фидбэка и перечень эмоциональных значений, сопровождающих его выражение.

EN

## Means of feedback expression in the German language

Shurupova T. Y.

**Abstract.** The aim of the study is to identify the specifics of the means of feedback expression in the oral form in German as a type of verbal evaluative interaction in professional communication. The scientific novelty of the paper lies in using a multimodal approach to determining linguistic and non-linguistic means of feedback expression in German. The capabilities of multimodal analysis make it possible to take into account both auditory speech data and visual information during speech, such as facial expressions and gestures. The results have shown that feedback occupies an important position in the process of business communication, serves as a regulator in professional relationships. Feedback has characteristic features, structure and is qualitatively different from praise or criticism. Multimodal analysis involving native speakers allows the researcher to obtain data on the dominant means for expressing the studied intention. From the perspective of linguistic means, this intention is perceived as a complex of phonetic and lexico-syntactic markers. The paper also presents an analysis of nonverbal and proxemic signs of feedback and a list of emotional meanings accompanying its expression.

## Введение

*Обратная связь (или фидбэк)* как инструмент конструктивной оценки рабочего или образовательного процесса пронизывает *профессиональную коммуникацию* любого рода. Обратную связь часто путают с похвалой или критикой. Она представлена в виде устного или письменного *сообщения* о том, как поведение, в первую очередь профессиональное, воспринимается другими людьми. Актуальность исследования этой темы обусловлена важностью данного вида речевого взаимодействия в профессиональной речевой культуре и интересом к его языковой составляющей. Фидбэк рассматривается на сегодняшний день не только в научных трудах по общей психологии и психологии управления персоналом, но и в лингвистических исследованиях. Потребность в совершенствовании качества профессиональной коммуникации как на родном, так и на иностранных языках растет.

Для достижения цели мультимодального описания обратной связи мы определили ряд задач исследования: во-первых, описать вид речевого взаимодействия «обратная связь», или «фидбэк», в устной речи и его роль в институциональном контексте; во-вторых, проанализировать результаты опроса носителей немецкого языка по выявлению языковых средств обратной связи; в-третьих, определить соотношение этих средств при восприятии их носителями немецкого языка.

В статье представлены методы исследования речеведения и фонетики, а именно мультимодальный анализ и аудитивный (перцептивный) анализ носителями языка.

Теоретической базой послужили исследования по обратной связи и ведению профессиональных бесед Л. Гункель (Gunkel, 2014), А. Каниц (Kanitz, 2014), М. Лондона (London, 2003), К. Гуйдо (Guido, 2004), в сфере мультимодальной лингвистики – труды А. А. Кибрика (2010), И. Йонс, В. Бунгарда (Feedbackinstrumente im Unternehmen..., 2018), звучащей речи – О. В. Абакумовой, Л. В. Величковой (2018), а также лингвистические исследования в области оценочных высказываний в устной речи Л. Мироновши (Mironovschi, 2009), Н. Никсдорф (Nixdorf, 2002).

Практическая значимость полученных результатов заключается в возможности оптимизации процесса изучения языковых средств выражения обратной связи в немецком языке и использования их в процессе обучения немецкому языку как иностранному, немецкому языку в сфере профессиональной коммуникации. Кроме того, разработанная нами анкета и проведение аудиовизуального анализа с участием носителей языка применимы к исследованиям звучащей речи других языков, в том числе неблизкородственных немецкому.

## Обсуждение и результаты

### *Характеристика обратной связи как вида оценочного речевого взаимодействия*

В настоящее время *обратная связь*, ее выражение и воздействие являются не только объектом исследования в общей психологии, но и активно анализируются и используются в промышленной психологии. Многочисленные научные исследования по обратной связи представлены в области экономических наук, например в сфере управления кадрами (Gunkel, 2014; London, 2003; Feedbackinstrumente im Unternehmen..., 2018).

Исследования сосредоточены на различных инструментах и процессах обратной связи в организациях, возможностях ее использования в рабочем контексте для содействия процессам рефлексии, обучения, для улучшения межличностного профессионального поведения (Feedbackinstrumente im Unternehmen..., 2018). Несмотря на то, что обратная связь в более узком смысле определяется как «намеренная, вербальная коммуникация с человеком о том, как он воспринимает или переживает свое поведение или последствия своего поведения» (Weisbach, Sonne-Neubacher, 1994), к исследованию языкового уровня фидбэка ученые начали проявлять интерес относительно недавно (Nixdorf, 2002; Mironovschi, 2009). Обычно описываются социально-психологические характеристики обратной связи, а также структура или компоненты разговора с исследуемой интенцией. В немногочисленных лингвистических трудах представлены способы выражения схожих интенций, которые могут выступать также в качестве компонентов фидбэка, таких как похвала, комплимент и критика.

В отличие от комплимента, обратная связь в меньшей степени ассоциируется только с похвалой, поскольку данная форма оценки может также выявить негативные события или, например, низкое качество работы («конструктивный *негативный* отзыв») и в связи с этим не предполагает исключительной «положительности». Важной ситуационной характеристикой обратной связи является то, что она, как правило, планируется и намеренно используется для достижения практического результата в профессиональной среде. Например, в целях оптимизации, совершенствования или аккумуляции успешного опыта либо для профилактики или исключения ошибочных действий в будущем. Последнее может часто подменяться *критикой*. При этом обратная связь включает конструктивную критику как компонент в формуле «*похвала – критика – похвала*» (принцип «сэндвича») (London, 2003, p. 14).

В соответствии с методикой, используемой в ассесмент-центрах, или центрах оценки, обратную связь трактуют как необходимый профессиональный элемент общения в профессии, без которого невозможно качественное решение поставленных задач (Gunkel, 2014; Guido, 2004). В данном контексте необходимо определить роли участников речевого взаимодействия при обратной связи. Поскольку речь идет об улучшении качества рабочего или образовательного процесса, то *модератором* в данных беседах выступает лицо, как правило, вышестоящее по иерархической лестнице, в немецкой деловой культуре это может быть коллега, реже – подчиненный. Кроме того, в данный процесс включен еще и *получатель* обратной связи.

Согласно А. Каниц (Kanitz, 2014), обратная связь должна соответствовать определенным критериям качества. Она обязана быть конкретной, информативной, уважительной, описательной, индивидуальной, уместной по времени ее высказывания (например, *после* решения определенных рабочих задач), исключаящей темы-табу и не затрагивающей личностные и неизменяемые характеристики человека (например, особенности звучания голоса, телосложения и пр.). Не менее важными являются правильный выбор места, а также надлежащая степень публичности обратной связи. В связи с частичной подготовленностью подобного рода бесед отметим важность целесообразного использования арсенала языковых и неязыковых (невербальных) средств коммуникации, на которых мы сосредоточились при проведении аудитивного анализа обратной связи с носителями языка в немецком университете.

Было выдвинуто предположение, что обратную связь следует описывать не только с точки зрения содержательного посыла, но и учесть другие лингвистические (например, фонетические) и невербальные средства. Подобное рассмотрение представляется возможным при реализации мультимодального подхода к анализу данных, при котором учитываются слуховые, текстовые и визуальные ресурсы материалов звучащей речи (Кибрик, 2010; Леутина, Гагарин, Николаева, 2022). Данный вид анализа может также представлять интерес для дидактизации разных форм речевых взаимодействий при обучении иностранным языкам с точки зрения межкультурной коммуникации.

Мультимодальность в исследовании обратной связи основана на анализе разных каналов передачи информации. С методической точки зрения такие эксперименты базируются на данных, полученных с помощью видео- и аудиозаписей говорящих (Bateman, Hiippala, Wildfeuer, 2020). Мультимодальная модель обратной связи позволяет учитывать различные уровни выражения обратной связи: неподвижные образы с невербальными средствами и проксемическими особенностями разговора, а также создание скриптов с ритмической и мелодической нотацией.

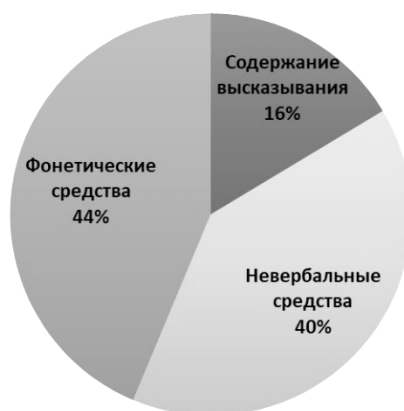
#### **Способы реализации значений на языковом и неязыковом уровнях**

Материалом для нашего исследования послужили видеозаписи с видеохостинга YouTube. Видеографический материал с YouTube являет собой так называемые *обучающие видео* для сферы профессиональной коммуникации, находящиеся в свободном доступе. Данный материал представлен восемью оценочными дискуссиями команды сотрудников детского сада, в которых руководитель с разной интенцией выражает обратную связь воспитателям. Подобные tutorиалы применяются в немецкоязычной среде для обучения ведению профессиональных бесед на рабочем месте, для изучения структуры фидбэк-бесед и конструктивного выражения критики. В нашем исследовании данный материал использован для решения научных задач по определению языковых признаков выражения фидбэка в немецком языке как иностранном, а также для определения соотношения этих средств в данной речевой интенции. Благодаря использованию видеоданных представляется возможность комплексно подойти к описанию выразительных средств обратной связи в немецком языке и соблюсти принципы мультимодального подхода.

С опорой на вышеописанный подход при описании средств выражения была разработана анкета для сопровождения и оценивания аудиовизуального анализа материала (Абакумова, Величкова, 2018).

Опрос респондентов на основе видеографического материала осуществлялся в институциональном контексте, испытуемыми выступили студенты-магистры первого года обучения по направлению «Речеведение и фонетика» Университета им. Мартина Лютера (г. Галле, ФРГ) в 2019 году в ходе научной стажировки автора в данном университете. Всего в аудиовизуальном анализе записей с видеохостинга приняли участие 18 носителей немецкого языка. Подготовка аудиторов для прослушивания в качестве не наивного, а профессионального слушателя подкрепляется как бакалаврским образованием (речеведение и фонетика, риторика, общая лингвистика), так и особенностями учебного процесса в университете: перцептивный анализ аудио- и видеоданных является составной частью обучения. Вместе с тем отметим, что для более детального аудитивного анализа фонетических признаков речи видеозаписей мы прибегали и к работе опытных фонетистов-речеведов – преподавателей и научных сотрудников отделения «Речеведение и фонетика» Университета им. Мартина Лютера.

Проанализировав результаты оценивания респондентами, мы можем сделать ряд выводов об особенностях обратной связи в немецком языке. Следует подчеркнуть их несомненный комплексный характер (Диаграмма 1), причем, согласно анкете, респонденты выделяют невербальные средства коммуникации и фонетические особенности. Вместе с тем мы не можем игнорировать в данном виде речевой интенции содержательную сторону высказывания: обратная связь с присущими ей структурными признаками характерна преимущественно для делового общения. Таким образом, смысл высказывания является важным, определяющим. В нашем же исследовании респонденты его отмечают только частично (16%). Объяснением этому может служить то, что для носителей языка характер самого разговора достаточно привычен, его клишированность, формат («сэндвич») хорошо знакомы и распространены в разных сферах профессиональной коммуникации – от учебы до работы. А невербальные и фонетические составляющие высказывания сигнализируют о варьировании значений, эмоциональном наполнении, сообщают достаточно формализованному разговору новые смыслы. Отметим, что в формулировке вопроса в анкете был соблюден психолингвистический принцип: «С помощью каких средств выражается обратная связь (лексические, невербальные, фонетические)?».



**Диаграмма 1.** Комплекс средств выражения обратной связи в немецком языке

Обратимся подробнее к наполнению трех больших блоков средств выражения обратной связи в немецком языке. Респондентам была предложена анкета, кроме того, они могли дополнять анкету при желании собственной

зафиксированной информацией. С точки зрения содержания высказывания следует выделить две наиболее ярко выраженные категории – клишированные фразы и отдельные повторяющиеся слова во всех беседах с фидбэком, например: *das hast du ganz toll gemacht, aber...* (здорово/молодец, но...); *vielen Dank erstmal* (для начала большое спасибо); *(du) ich möchte dir (et)was sagen* (я хочу тебе кое-что сказать); *richtig gut* (отлично); *ich finde aber...* (но мне кажется...) (Диаграмма 2). Данный выбор ожидаем, поскольку исследуемый вид выражения конструктивной критики и конструктивной похвалы, который базируется на структуре «похвала – критика – похвала» с присущими языковыми структурами, хорошо представлен в немецкой речевой культуре начиная со школы. Для немецкого языка характерны преобладание форм сослагательного наклонения при выражении звена «критика» и использование формулы «Я бы сделал(а)... следующим образом» (*Ich würde, ich hätte...*). Использование сослагательного наклонения является маркером вежливости в немецком языке, кроме того, усиливается конструктивная вежливость в данном виде разговора с помощью перспективы «Я» – первое лицо единственного числа со стороны обоих собеседников (“Ich-Form”).

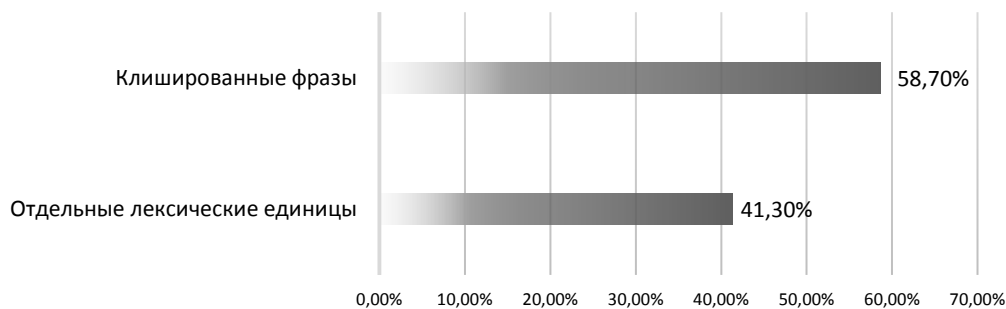


Диаграмма 2. Содержание высказывания

Невербальные характеристики выражения обратной связи в немецком языке играют существенную роль при восприятии подтекста высказывания. В данном исследовании в ходе предварительного анализа видеоконтента для подготовки к аудитивному анализу респондентами – носителями немецкого языка были определены выделяющиеся компоненты невербальной коммуникации в фидбэк-беседах. Следует отметить, что на другом материале, анализ которого не вошел в эту статью, данные компоненты подтверждаются. Для определения выраженности данных признаков носителями языка мы отразили зафиксированные компоненты в анкете. На Диаграмме 3 можно наблюдать процентное соотношение невербальных признаков: мимика (29,01%), жесты (26,70%), обращенность к собеседнику (25%), проксемические средства (19,19%).

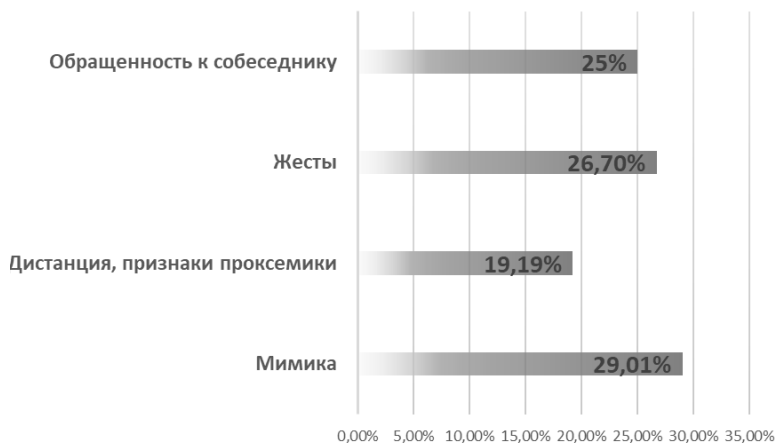


Диаграмма 3. Невербальные признаки

Сочетания неязыковых и фонетических средств выражения (Диаграмма 4) интересны с точки зрения выражения дополнительных или новых смыслов высказывания в беседах с обратной связью. Ранее было отмечено, что именно эти средства выражения фидбэка были выделены носителями немецкого языка как релевантные.

Среди фонетических признаков респонденты-фонетисты выделили, помимо мелодики речи (17,55%), фразовое ударение (22,86%) и тембр голоса (21,22%). С научно-методической точки зрения характеристика звучащей речи по ритмико-мелодическим параметрам носит практический характер, потому что данные признаки являются дифференциальными для немецкой звучащей речи и подлежат измерению в прикладном смысле и обучению при развитии навыков иноязычной речи. Однако тембровые характеристики в прикладном осмыслении являются весьма сложными и в высокой степени индивидуальными, связанными с физиологическими и анатомическими особенностями человека. С точки зрения обучения работа над тембром возможна только в ограниченном масштабе на курсах по работе с голосом, в театральных студиях и т. п. Данный

факт не умаляет значимости этого компонента звучащей речи при восприятии смыслов устной речи, что было отмечено респондентами при анкетировании.



Диаграмма 4. Фонетические средства

## Заключение

Выводом исследования является мысль о высокой сочетаемости всего спектра языковых и неязыковых средств в обратной связи. Будучи в высокой степени регламентированной и конвенциональной формой речевого взаимодействия в немецкой профессиональной культуре, данный пласт звучащей речи отражает традиционные маркеры устной речи. Знаменательным с психолингвистической точки зрения представляется выделение респондентами фонетических и невербальных признаков фидбэк-высказываний, которые в общем информационном контексте определяют вариации смыслов. Однако следует подчеркнуть, что фонетико-невербальные ресурсы коммуникации могут интерпретироваться только как часть общего языкового оформления высказывания. Разложение языковых средств на лексические и фонетические, а также отдельная характеристика невербальных средств коммуникации предпринята в данной статье только с аналитической точки зрения. Конвенциональным формам высказываний свойственен менее эмоциональный характер, вместе с тем респондентами отмечаются разные эмоциональные посылы как со стороны модератора обратной связи, так и со стороны получателя. Так, например, палитра эмоциональных оттенков в речи модератора варьируется от самоуверенности, раздраженности до дружелюбия и поддержки. Эмоциональные оттенки в речи получателя обратной связи характеризуются принятием, извинением, неуверенностью, обидой.

Таким образом, реальные условия коммуникации и реальные события, которые подлежат оценке при обратной связи, не лишены эмоциональных речевых проявлений, несмотря на известность данной процедуры в немецкой профессиональной и образовательной культуре.

Исследование эмоциональных значений в подобного рода речевых взаимодействиях заслуживает более пристального внимания в научном рассмотрении. Опора на мультимодальный анализ позволяет фиксировать и интерпретировать речевые явления в трехмерной плоскости, делая получаемые результаты с точки зрения преподавания иностранных языков более востребованными. Перспективы дальнейшего исследования проблематики представляются применимыми к разным языкам. Результаты исследования могут быть востребованы в процессе преподавания родного, иностранного языков, а также риторики. Для практического преломления выводов мультимодального анализа в преподавании необходимо их дидактическое осмысление.

## Источники | References

1. Абакумова О. В., Величкова Л. В. Механизм анализа звучащих текстов // Язык и текст. 2018. Т. 5. № 1.
2. Кибрик А. А. Мультимодальная лингвистика. Когнитивные исследования. М.: Изд-во Института психологии Российской академии наук, 2010.
3. Леутина М. А., Гагарин А. А., Николаева Ю. В. Проксемное и жестовое поведение в ситуациях конкуренции и сотрудничества. М.: Изд-во Института русского языка им. В. В. Виноградова Российской академии наук, 2022.
4. Bateman J., Hiippala T., Wildfeuer J. Multimodalität. Grundlagen, Forschung und Analyse – eine problemorientierte Einführung. Berlin: De Gruyter, 2020.
5. Feedbackinstrumente im Unternehmen. Grundlagen, Gestaltungshinweise, Erfahrungsberichte / hrsg. von I. Jöns, W. Bungard. Wiesbaden: Gabler, 2018.
6. Guido K. Konstruktives Kritisieren. Grundlagen und Fallbeispiele. Paderborn: IFB Verlag Paderborn, 2004.
7. Gunkel L. Akzeptanz und Wirkung von Feedback in Potenzialanalysen. Eine Untersuchung zur Auswahl von Führungsnachwuchs. München: Springer VS, 2014.

8. Kanitz A. von. Feedbackgespräche. Freiburg: Haufe-Lexware, 2014.
9. London M. Job Feedback: Giving, Seeking and Using Feedback for Performance Improvement. Mahwah – L.: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2003.
10. Mironovschi L. Komplimente und Komplimenterwiderungen im Russischen und im Deutschen: ein interkultureller Vergleich. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 2009.
11. Nixdorf N. Höflichkeit im Englischen, Deutschen und Russischen. Marburg: Tectum-Verlag, 2002.
12. Weisbach Ch.-R., Sonne-Neubacher P. Professionelle Gesprächsführung. München: Dt. Taschenbuch-Verlag, 1994.

#### Информация об авторах | Author information

**RU****Шурупова Татьяна Юрьевна<sup>1</sup>**, к. филол. н., доц.<sup>1</sup> Воронежский государственный педагогический университет**EN****Shurupova Tatiana Yurievna<sup>1</sup>**, PhD<sup>1</sup> Voronezh State Pedagogical University<sup>1</sup> [Schura1983@mail.ru](mailto:Schura1983@mail.ru)

#### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 16.02.2023; опубликовано (published): 28.04.2023.

**Ключевые слова (keywords):** обратная связь; фидбэк; средства выражения; мультимодальный анализ; ауди-  
тивный анализ; feedback; means of expression; multimodal analysis; auditory analysis.