

Смольникова А.А.
г. Екатеринбург

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗОВ

Аннотация: данная статья посвящена роли английского языка и овладении им студентами неязыковых специальностей. Знание языка позволит студентам вести коммуникацию на бытовом, деловом и социокультурном уровне, используя коммуникативные правила и стратегии.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, коммуникативные стратегии, макростратегия маневрирования и реагирования, социокультурный подход.

COMMUNICATIVE STRATEGIES FOR SPECIALISTS OF NON-LINGUISTIC UNIVERSITIES

Summary: this article is dedicated to the role of the English language and the process of its learning by the students of non-linguistic universities at present. The language comprehension will allow students communicate on different levels – everyday life, professional and sociocultural levels. It's necessary to use communicative rules and strategies to master the language skills.

Key words: cross-cultural communication, communicative rules and strategies, macro strategy of maneuvering and response, sociocultural approach.

В современных условиях процесса глобализации и с каждым годом возрастающих возможностей выхода российских специалистов на европейский рынок труда на передний план выдвигается проблема повышения интернационализации образования, одним из важнейших результатов которой является возникновение различных концепций формирования коммуникативной компетенции специалиста.

В настоящее время ярко выражена потребность студентов в овладении иностранным языком студентов для осуществления деловой и межкультурной коммуникации.

Владение иностранным языком - необходимое условие профессионализма. Именно знание иностранного языка делает возможным поиск необходимой информации в иноязычных

источниках, реальное общение с коллегами в разных странах, публикацию своих научных разработок в иностранных научных журналах. Научные и личностные перспективы развития российского специалиста во многом зависят от уровня подготовки по иностранному языку, в том числе и в неязыковых вузах.

Об актуальности и насущности данной проблемы в наши дни свидетельствует большое количество посвящённых ей исследований [Виленский, Образцов, Уман 2004; Грабой 2002; Коннова 2003 и др.].

В англоязычной коммуникативной культуре имеются коммуникативные правила, соблюдение регламента, дистанции, и группы стратегий, позволяющие обеспечить комфортную атмосферу беседы.

Первое правило основано на соблюдении общепринятых требований на организационно-коммуникативном уровне и предполагает знание структуры процесса общения и допустимой тематики.

Допустим, студент попадает в языковую среду изучаемого им языка, которая сильно отличается от русскоязычной среды. Его следует научить, как и о чем можно говорить, с чего начинать разговор, какие грамматические конструкции использовать. Например: русскоязычному человеку, работающему в иностранной фирме на вопрос “Hi, howareyou?” следует отвечать кратко “Fine, thankyou, andyou?”, что нетипично для русского человека, привыкшего начинать рассказывать о своих личных делах. На работе стоит обсуждать рабочие моменты и отвлеченные темы (такие как погода), не касающиеся вопросов семьи, детей, материального состояния и т.п.

Второе правило предполагает знание стратегий, позволяющих употреблять различные речевые средства адекватно поставленным коммуникативным задачам.

Находясь на рабочем месте стоит придерживаться официально-делового стиля общения, особенно с начальством. С коллегами, занимающими равную должность допустимо использование официально разговорного стиля.

Коммуникативная стратегия — это совокупность языковых средств и речевых приемов для достижения намеченной цели общения. Группы стратегий, определяемые с учетом таких факторов, как речевая ситуация и цель общения, степень близости знакомства, социальный статус собеседника, можно подразделить на макростратегии маневрирования и реагирования. Данные стратегии подразделяются на стратегии дистанцирования, намека, уклонения, поддержки собеседника и поддержания контакта.

Если стратегия маневрирования ориентирована на любого из говорящих, то макростратегия реагирования адресована преимущественно слушателю, который активно участвует в дискурсе, оживляет беседу отдельными репликами, заполняет паузы, выполняя главную функцию – поддержка собеседника. Искусство поддержать разговор (особенно с малознакомыми людьми) основано на определенных «правилах игры», позволяющих постоянно направлять нить беседы в нужное русло, не выходя при этом за грани вежливости.

Сами названия стратегий, образующих первую группу - дистанцирования, уклонение и намек, отражают характерные черты англоязычной коммуникации: высоко развитые возможности вербального маневрирования и лавирования, уклонение от прямолинейности и иносказательность высказываний.

Британцы и американцы, оберегая «свою территорию» обычно не приветствуют установления контактов с незнакомыми людьми ни на вербальном, ни на визуальном уровне. Даже если, например, к вам в ресторане к вам за столик подсадили постороннего. То после первого обмена взглядами то каждый обычно смотрит к себе в тарелку или по сторонам, иногда возводя «преграду» из столовых приборов для обозначения границ личного пространства.

Каждая из коммуникативных стратегий имеет в английском языке характерное лингвистическое оформление, отражая специфику социокультурного подхода к общению. Чтобы описанные выше особенности коммуникативного поведения не остались уделом сугубо теоретического знания, преподавателю необходимо регулярно использовать языковые средства для реализации стратегий в практике речи студентов.

Овладение коммуникативными стратегиями позволяет использовать иностранный язык как средство межкультурной коммуникации в ситуациях повседневной и социально-культурной сфер общения, как инструмент поиска и анализа иностранных источников информации и как средство профессионального общения.

Вопросы межкультурного характера можно вынести и на самостоятельную работу с последующим разбором под руководством преподавателя. Тематика таких обсуждений может быть связана с выявлением различий коммуникативного поведения британских и американских бизнесменов.

Литература

1. Виленский М.Я., Образцов П.И., Уман А.И. Технологии профессионально-

ориентированного обучения в высшей школе: Учебное пособие /Под ред. В.А.

Сластенина. – М.: Педагогическое общество России, 2004. 192 с.

2. Грабой Т.А. Формирование профессиональной коммуникативной компетенции на материале языка специальности в неязыковом вузе: Дис. к.п.н. – М., 2002. 172 с.

3. Коннова З.И. Развитие профессиональной иноязычной компетенции будущего специалиста при многоуровневом обучении в современном вузе:

Автореферат...дис.д.п.н. – Калуга, 2003. 36 с.

© Смольникова А.А., 2012

Н. Г. Соснина
г. Екатеринбург

КРИТЕРИИ РАЗВИТИЯ НАУЧНО-КОММУНИКАТИВНОЙ СУБКОМПЕТЕНЦИИ БАКАЛАВРОВ ТУРИНДУСТРИИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: научно-исследовательская компетенция, коммуникативная субкомпетенция, критерий стилистической целесообразности

АННОТАЦИЯ: в статье раскрывается специфика научно-исследовательской компетенции, содержание коммуникативной субкомпетенции, обосновывается выбор критерия стилистической целесообразности.

RESEARCH COMPETENCE COMMUNICATIVE COMPONENT: BUILDING CRITERIA

KEY WORDS: research competence, communicative component, stylistic appropriateness criteria.

ABSTRACT: the article is devoted to the research competence nature and communicative component content. The author bases the choice of stylistic appropriateness criteria.

Целью данной статьи является выбор и обоснование критерия развития коммуникативной субкомпетенции.

Современный этап развития экономики, общества и образования предъявляет новые требования к качеству подготовки