

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. **Коряковцева Н.Ф.** Теория обучения иностранным языкам. Продуктивные образовательные технологии. – М., 2010.
2. **Хуторской А.В.** Развитие одарённости школьников. Методика продуктивного обучения. – М., 2000.
3. **Stern, H.** What can we learn from a good language learner? // Canadian Modern Language Review. – 1975. - №31.
4. **Ushioda, E.** Learner Autonomy. Motivation. – Dublin, 1998.



УДК 811.111'232:378.147

Бойцова Е.М.

Санкт-Петербургский государственный
политехнический университет

К ВОПРОСУ О ПРЕОДОЛЕНИИ ТРУДНОСТЕЙ ПРИ ОБУЧЕНИИ АУДИРОВАНИЮ НА ЗАНЯТИЯХ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ В ВУЗЕ

В связи с тем, что Россия стала частью глобального мира, появилась необходимость в обучении специалистов, способных с лёгкостью говорить и понимать речь собеседника, так как всё чаще и чаще встречается спонтанная речь в публичном общении. В данной статье рассматриваются фонетические особенности спонтанной речи, затрудняющие ее адекватное восприятие, и обсуждаются способы преодоления этих трудностей.

Ключевые слова: аудирование, английский язык, обучение, спонтанная речь, фонетическая организация текста.

Одной из основных проблем современной системы образования является противоречие между быстрыми темпами распространения информации в современном мире и ограниченными возможностями ее усвоения индивидом. Решением этой проблемы занимаются ученые различных направлений. Одной из актуальнейших задач современной методики является обучение восприятию иноязычной речи. Известны имена следующих авторов, которые, занимались этой проблемой в нашей стране: М.Л. Вайсбурд, Н.В. Елухина, И.А. Зимняя, Н.И. Гез, Я.М. Колкер, Е.С. Устинова и ряд других.

Несмотря на значительный интерес к проблемам аудирования этот предмет всегда проигрывал чтению в смысле времени и усилий, которые тратятся на занятиях на обучение этим рецептивным аспектам. Это связано с тем, что чтение представляется более важным предметом, нежели аудирование, в связи с наличием большого числа письменных документов, связанных с

функционированием государственной машины: законов, распоряжений, счетов, контрактов [1]. Вместе с тем, настоящий этап в развитии нашего государства, обусловленный тем, что Россия стала частью глобального мира, требует наличия специалистов, которые не только будут читать и переводить информацию на иностранных языках, но также с легкостью общаться: говорить и воспринимать речь собеседника. Но не только восприятие речи собеседника требуется современному специалисту. Он должен понимать содержание передач на иностранном языке, звучащих по радио, телевидению, участвовать в конференциях, зачастую проводимых в Интернете, воспринимать информацию видеоклипов.

Изучение разговорных вариантов ведется уже довольно давно. Многие исследователи указывают на появление некодифицированных литературных форм, что является приметой нового времени, в подготовленной речи. Это объясняется тем, что жесткие рамки официального публичного общения в наше время ослабляются [2]. Значительно чаще, чем подготовленная, встречается спонтанная речь. Это неподготовленная речь, осуществляемая говорящим в постоянно меняющейся коммуникативной ситуации. Для спонтанной речи характерны такие особенности, как фальш-старты, самоисправления говорящего, неточности в употреблении грамматических форм, наличие оборванных фраз, повторы и так далее [3]. Если спонтанная речь встречается часто, то мы должны обращаться к ней при обучении студентов.

Попытаемся рассмотреть те фонетические особенности спонтанной речи, которые сразу заметны при прослушивании текстов, и наметить пути для облегчения их восприятия.

В современной методике принято обращать внимание на такие трудности, как одноразовость предъявления информации, быстрый темп высказывания, неспособность к восприятию речи людей с непривычными голосовыми характеристиками и так далее [4]. Следовательно, слушающему необходима концентрация внимания для более адекватного восприятия этой информации. Автор данной статьи, прослушивая тексты на английском языке по телевизионному каналу BBC, обратил внимание на то, что ряд слов или сегментов предложения, важных для понимания, произносятся говорящими довольно невнятно: сниженным тоном, скороговоркой, с отсутствием выраженного словесного ударения, в более узком диапазоне. Зачастую это очень важные для понимания смысла высказывания части предложения. Приведем примеры этого явления. Так, в сообщении о наводнении на юге Англии слова, написанные курсивом, были произнесены диктором нечетко и более сниженным тоном, чем все остальное предложение: «*News of the disaster* brought frustration and despair to the whole region». В предложении, говорящем о паломничестве, слова: prophet Mohammed были также произнесены неясно, более сниженным тоном, чем все предложение: «The Hujj is associated with *the Prophet Mohammad*, the faith in him is based on the religious sense». По-видимому, причиной того, что важные для понимания части предложений были

произнесены скороговоркой, в более узком диапазоне, является более раннее по времени высказывания упоминание этой информации в предыдущих предложениях. Если студенты на занятиях по аудированию не настроены сразу включаться в процесс прослушивания звучащего отрывка, а преподаватель не направляет их на это, то у студентов не вырабатывается привычки к сосредоточенности во время прослушивания текста. Важная часть информации оказывается пропущенной.

Вместе с тем, проблема адекватного восприятия текста при аудировании находится несколько глубже требования простой концентрации внимания слушающего. Зачастую информация, которой говорящий не касался в предыдущих предложениях и являющаяся важной для восприятия, произносится неразборчиво по сравнению с фонетической оформленностью всего сообщения. Несомненно, данный способ подачи информации затрудняет ее восприятие слушающим.

Рассмотрим отрывок из небольшого клипа, взятого из Интернета и рассказывающего о важности брендов при продаже товара в современном мире.

How Consumers Control the Brand Marketing Experience.

Interviewer: Why does **participation** play a major role in creating a brand experience?

Interviewee: **Participation** plays a major role in creating a brand experience because the brands are no longer one hundred percent tailored on how advertisers want them to look. People always talk about brands. Everyone's perception over brands is becoming... is always being more based on what their friends think on brands or their friends think of the product. So now the participations from those users are important because knowing what is a brand saying, what we value what are they saying, because everyone wants to have close connection with the customers. They are now trying to elaborate and identify the type of clients they want them. To have...as you see brands and clients and I come together... you take any major brand. You say the people I want are the exact stereotype customers. They want people to perceive with purchasing their product. Now is participation good because you are doing the customer service. You say the potential buyers: You see, there are also the same type of people who buy our product.

Слова, выделенные курсивом, произносятся менее разборчиво. Это: «...creating a brand experience; People always talk about brands; ...their friends think of the product...; Everyone wants to have close connection with the customers». Такое произнесение как частей предложения, так и целых предложений, несомненно, затрудняет понимание всего клипа. Почему же это происходит? Для понимания этого явления обратимся к дискурсивному анализу текста. Проводя анализ дискурса, современные исследователи описывают дискурс как существование различных видов информации, которые передаются высказываниями в процессе общения. В кодовой модели информации мысль или «информация» передается вербальным сообщением, которое в процессе

коммуникации становится общей (разделенной) информацией. Этот процесс отмечен наличием общих для участников общения знаний профессионального, социокультурного характера, знаний о мире [5]. Мы полагаем, что в сообщениях по радио, телевидению, в Интернете говорящий, не видя своих слушающих, опирается на знания, которые он определяет как известные слушающей аудитории. Он руководствуется своими представлениями об эрудиции или подготовленности людей, которые его слушают. Мы можем утверждать, что между говорящим и вербальными слушающими создается «общее информативное пространство», которое и определяет особенности фонетической оформления текста. В видеоклипе, который приводится в данной статье, говорящий полагает? что для слушающих (а это огромная аудитория Интернета) информация, выделенная курсивом, является известной. Но для студентов, живущих в разных странах и изучающих английский язык, произнесение части информации в сниженном диапазоне, несомненно, затрудняет понимание всего отрывка.

На какую же информацию должен опираться слушающий для того, чтобы получить адекватное представление о содержании устного сообщения? Слушающий должен опираться на понимание той информации, которую говорящий считает релевантной и выделяет ее с помощью фонетических средств. Это слова или словосочетания, которые выделяются говорящим при помощи словесного ударения. Словесное ударение является сверхсегментным средством. Оно неразрывно связано с сосуществованием «старого» и «нового» в информации, предьявляемой говорящим. Как указывают современные авторы, в настоящее время лексикологической фонетикой, изучающей связь значения слова и его просодии, выделяется особая группа слов, объединенных наличием у них «ингерентной коннотации»[6]. Речь идет о некотором дополнительном содержании, присущем слову или словосочетанию, которое, накладываясь на основное значение слова, служит для выражения оценочного, экспрессивно-эмоционального суждения, для подчеркивания какой-либо идеи. Выделенные словесным ударением в нашем клипе слова: *participation, major role, one hundred percent, tailored, advertisers, want, look, perception, brand, friends, think* указывают на то, что хочет сказать говорящий. Его мысль такова: в настоящее время реклама продукта стала делом потребителя в большей степени, чем делом самой фирмы.

Если преподаватель будет обращать внимание студентов на фонетическую организацию текста, то он будет успешнее справляться с задачей обучения студентов извлечению информации из звучащего текста.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. **Wilson J.J.** How to Teach Listening.- Pearson Education Limited, 2008, p.12.
2. **Вещикова И.А.** Об особенностях функционирования разговорных (компрессированных) вариантов произношения в публичной речи.-Филологические науки.2008,№2, с.13.

3. **Тезебекова Г.А.** Спонтанная речь как объект лингвистики.- Вестник ВГУ, Серия: Филология. Журналистика. 2011, №1, с.76.
4. **Васильева Г.М., Вишнякова С.А.** и др. Русский язык как иностранный.- М.,ВЛАДОС, 2004,с.60.
5. **Лузина Л.Г.** Распределение информации в тексте: Когнитивный и прагматический аспекты.-М.,1996,с.139
6. **Лебедева Т.О.**Современная прагмафонетика словесного ударения в американском варианте английского языка: проблемы и перспективы.- Вестник ВГУ, Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация.2008,№1,с.23.



УДК 378.147:316.48

Баранова Т.А.

Санкт-Петербургский государственный
политехнический университет

АКТУАЛИЗАЦИЯ БИНАРНЫХ МЕТОДОВ ВОСПИТАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «КОНФЛИКТОЛОГИЯ»

В статье рассматривается использование технологического подхода к организации образовательной деятельности вуза, включающего в себя бинарные методы воспитания, как средства развития личности будущего специалиста. Главной составляющей бинарных методов воспитания является процесс самовоспитания, который состоит из нескольких циклов. Анализируются методы воздействия, входящие в бинарные методы воспитания. Использование бинарных методов воспитания показано на примере разбора конкретного занятия в курсе «Конфликтологии».

Ключевые слова: развитие личности студента, бинарные методы воспитания, самовоспитание, методы воспитания, рефлексия, сферы личности.

В последнее время в центре внимания исследователей в области системы воспитания в вузе находится система личностных ценностей будущего выпускника (М.А. Аكوпова, Е.В. Бондаревская, Б.С. Гершунский, А.В. Мудрик, А.В. Петровский, В.В. Сериков и др.), его социокультурное пространство (Л.М. Архангельский, И.С. Кон, А.Н. Леонтьева, В.Т. Лисовский, Е.А. Якуба и др.), комплекс знаний, умений и навыков, способов компетентного социального действия в жизненных и профессиональных ситуациях (К.А. Абульханова-Славская, И.А. Зимняя, Н.В. Кузьмина, Л.А. Петровская, В.А. Слостенин, А.И. Сурыгин и др.). Однако воспитательный потенциал учебной деятельности вуза не используется на практике в полной мере как средство развития личности будущего специалиста, способной к эффективному межличностному взаимодействию.