

деятельность по ее результатам и определяют, какие коррективы необходимы для достижения наилучших результатов. Самооценка позволяет сравнить свои действия с эталонно-возможными, осмыслить результаты и достижения, полученные в ходе обучения по теме, определить виды и способы работы, способствовавшие эффективному формированию социопрагматической компетенции и отдельных ее компонентов, проанализировать активность и эффективность собственной работы.

В качестве приемов, которые используются на данном этапе, можно выделить следующие: анкета, синквейн, акрослово, облако тегов и др. Такая работа предполагает не только рефлексию по выявлению и осознанию своих личностных результатов, но и коррекцию собственной деятельности, устранение пробелов и недостатков в учении.

Обобщая все сказанное о прагмалингвистическом тренажере, можно констатировать, что он позволяет эффективно развивать у студентов-филологов навыки и умения, включаемые в состав социопрагматической компетенции, в то время как их дальнейшее совершенствование осуществляется посредством выполнения вариативных речевых упражнений, которые, хотя и не входят в состав тренажера, но являются самостоятельным важным этапом по овладению заявленной компетенцией.

### Список литературы

1. Архипова Е.В. Тренинговые технологии и тренажеры в интерактивном обучении русскому родному языку // Филологические и педагогические аспекты гуманитарного образования в высшей школе. Рязань, 2016. С. 193–198.
2. Шаховский В.И. Эмоциональный тьюнинг в речевом общении // Язык – Сознание – Культура – Социум: сб. докл. и сообщений Междунар. науч. конф. памяти проф. И.Н. Горелова. Саратов, 2008. С. 478–482.

\* \* \*

1. Arhipova E.V. Treningovye tehnologii i trenazhery v interaktivnom obuchenii russkomu rodnomu jazyku // Filologicheskie i pedagogicheskie aspekty gumanitarnogo obrazovanija v vysshej shkole. Rjazan', 2016. S. 193–198.

2. Shahovskij V.I. Jemocional'nyj t'juning v rechevom obshhenii // Jazyk – Soznanie – Kul'tura – Socium: sb. dokl. i soobshhenij Mezhdunar. nauch. konf. pamjati prof. I.N. Gorelova. Saratov, 2008. S. 478–482.

### *Use of a pragmalinguistic simulator for the formation of foreign language sociopragmatic competence of philology students*

*The article deals with the pragmalinguistic simulator and its role in mastering the sociopragmatic material for forming the sociopragmatic competence of philology students. It presents the definition of a simulator, describes the components of the pragmalinguistic simulator allowing primary presentation and complex training of the necessary sociopragmatic knowledge, skills and abilities.*

**Key words:** *simulator, sociopragmatic competence, drill, training of philology students.*

(Статья поступила в редакцию 03.04.2018)

**С.А. БАУКИНА**  
(Саранск)

### **ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ ТАКТИКИ В ОБУЧЕНИИ ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ НА НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

*Описывается обучение деловому общению на немецком языке на основе формирования коммуникативной тактики. Рассматриваются основные тактики, которые представляются важными для овладения немецким языком на профессиональном уровне.*

**Ключевые слова:** *деловое общение, коммуникативная тактика, прагматическая цель, интенция, языковая реализация, межсубъектное взаимодействие.*

Деловое общение является самым массовым видом социального общения и представляет сферу коммерческих и административно-правовых, экономико-правовых и дипломатических отношений. Новые экономические и социальные условия побудили к коммерческой и организаторской деятельности широкие массы населения. Это обстоятельство выдвинуло на первый план необходимость обучения языковым формам делового общения.

В научной литературе не существует однозначного определения делового общения.

По нашему мнению, данный феномен можно определить как «совокупность коммуникативных актов, в основе которых заложена интенциональная программа действий, обеспечивающая достижение конкретной предметной цели и оказания воздействия» [1, с. 15].

Мы считаем, что деловое общение можно представить как многоступенчатый коммуникативный процесс, в ходе которого партнеры решают различные коммуникативные задачи. При этом целесообразно определить их объем. Другими словами, при обучении тактике делового общения на иностранном языке студенты должны овладеть коммуникативным минимумом специалиста.

Исходя из специфики делового общения, которая заключается в его цели, а именно в достижении результатов совместной деятельности, мы считаем важным овладение иностранным языком на коммуникативно-достаточном профессиональном уровне, который предполагает формирование тактик:

- задания прагматической цели и интенции;
- определения, развития темы высказывания;
- регуляции межсубъектного взаимодействия.

В толковом словаре дается определение тактики как совокупности средств и приемов, используемых для достижения намеченной цели [3, с. 777].

Мы связываем понятие тактики с реализацией коммуникативных действий в конкретных ситуациях и владением языковыми и культурными фоновыми знаниями в определенных ситуациях делового общения и приходим к выводу, что «коммуникативная тактика делового общения – это совокупность действий, направленных на задание прагматической цели и интенции, определение и развитие темы, регуляцию межсубъектного взаимодействия» [1, с. 50].

Тактика раскрывается через действия, которые могут быть сформированы на основе фреймов-сценариев и разработанной системы заданий. Фрейм-сценарий задает схему выполнения действия и является ориентировочной основой в организации учебного процесса [2, с. 16].

В связи с этим представляется необходимым выделить действия, направленные на постановку прагматической цели и задание интенции / коммуникативного намерения. К числу доминантных мы относим следующие:

- поставить цель, необходимую для решения конкретного вопроса;

- спланировать ход беседы с учетом прагматической цели;
- определить коммуникативное намерение;
- подобрать языковые средства для реализации коммуникативного намерения;
- построить высказывание в соответствии с заданным коммуникативным намерением.

В процессе обучения в начале вводится фрейм-сценарий. Фрейм-сценарий (материал) представляет собой типовую структуру для некоторого действия, понятия, события и т. п., включающую характерные элементы этого действия, понятия, события.

### Тактика 1. Задание прагматической цели и интенции

#### Фрейм-сценарий

Вступая в деловое общение с представителями различных фирм, коммуникант ставит прагматическую цель, которая реализуется через интенцию и языковые средства. Интенция есть замысел высказывания, или коммуникативное намерение, которое является одним из важных факторов достижения поставленной цели, например:

Прагматическая цель	Интенция	Языковые средства
den Vertrag abzuschließen	jemandem etwas mitteilen	ich möchte Ihnen Folgendes vorschlagen
	jemanden um etwas bitten	ich bitte Sie um persönliche Hilfe

После прочтения инструкции обучающиеся выполняют следующие упражнения.

А. Определите на основе прочитанного отрывка из диалога интенцию коммуникативного намерения говорящего и прагматическую цель:

*Lind: Henrik Lind, Firma LANG in Kalmar, guten Morgen, Herr Jung.*

*Jung: Guten Morgen, Herr Lind.*

*Lind: Herr Jung, ich bin Geschäftsführer unserer Firma, und ich rufe wegen Ihrer Annonce in der letzten «Möbelrundschau» an. Wir sind ein mittelständischer Möbelhersteller und produzieren Qualitätsmöbel für den anspruchsvollen Kunden.*

*Jung: Das klingt ja ganz interessant, Herr Lind.*

*Lind: Zur Zeit sind wir dabei, unseren Export auszubauen, und wie ich auf der Landkarte sehe, liegt Heiligenhafen unter Vertriebsaspekten,*

*es ist sehr günstig für uns. Haben Sie Autobahn- und DB- Anschluß?*

<b>Прагматическая цель</b> расширение экспорта фирмы	<b>Коммуникативное намерение</b> убедить в целесообразности предложения
--	---

• Определите способы реализации интенции / коммуникативное намерение говорящего:

Прагматическая цель _____	Коммуникативное намерение _____
---------------------------------	---------------------------------------

В. Поставьте на основе образца данного текста коммуникативное намерение и соответствующие способы его языкового выражения:

*Jung: Herr Lind, ich möchte mich herzlich bei Ihnen bedanken, dass Sie den Weg hierher gemacht haben, dass Sie ihn so schnell gemacht haben, auch wenn wir nun noch eine kleine Terminverzögerung hinnehmen müssten. Aber es zeigt mir doch, wie sehr Sie an einer Zusammenarbeit interessiert sind und ich hoffe, dass unser heutiges Gespräch einen guten Einstieg für eine zukünftige Zusammenarbeit bedeutet.*

Интенция _____	Языковое выражение _____ _____ _____
-------------------	---

• Используя данную схему, подыщите соответствующие языковые формулы для выражения интенции:

Интенция / коммуникативное намерение	Языковая реализация
1. Представиться	
2. Сообщить информацию	
3. Сделать предложение	
4. Попрошаться	

С. На основе данного ниже фрагмента текста подготовьте небольшой диалог, в котором задаете прагматическую цель:

*Jung: Ja, wissen Sie, ursprünglich war es für uns so, dass wir nur die reine Standardeinrichtung gemacht haben, d.h. also Tische, Stühle, Schränke, Betten, alles was damit so zusammenhängt. Doch dann erforderte der Markt von uns eine Erweiterung dieser Sortimente, und wir haben dann hinzugenommen, alles was zum Wohnen gehört wie Lampen, wie Teppichboden, wie Hausrat, sogar Kuchen, und heute ist es soweit, dass*

*wir nicht nur die Einrichtung machen, sondern dass wir also auch für den reinen Bau direkt zu liefern, d.h. alles was mit Holz zusammenhängt, wie Türen, Fenster und alle anderen Holzprodukte, die möglich sind für den Bau.*

### Тактика 2. Определение и развитие темы высказывания

В процессе делового общения немаловажную роль для достижения прагматической цели играет тема высказывания: ее определение и развитие.

#### Фрейм-сценарий

В деловом общении наряду с прагматической целью присутствует тема / предмет высказывания. Ее необходимо уметь правильно определить, развить, обосновать, что является немаловажным. Для логического развития темы высказывания и ее углубления рекомендуется использовать схему, которая поможет достижению коммуникативного эффекта, а именно доведение до сведения нужной информации.

Например, при описании фирмы следует учитывать следующие основные пункты для построения высказывания: название фирмы, географическое положение, история основания и развития фирмы, продукция; партнеры и т. д. По данной тактике необходимо формировать у обучающихся определенные действия. К числу доминантных действий мы относим следующие:

- определить предмет деловой беседы;
- сформулировать тему / предмет деловой беседы;
- составить план последовательного раскрытия темы;
- определить главное в предлагаемой теме;
- развить подробное описание темы;
- построить аргументацию, используя конкретные факты.

Рекомендуется выполнение следующих упражнений по данной тактике.

А. Прочтите фрагмент текста и определите тему высказывания:

*Kreativität muss in den unteren Ebenen des Unternehmens geweckt werden, dort wo die Menschen den Kontakt zur Aufgabenstellung und zum Markt haben. Kreativität entsteht dadurch, dass man Abteilungsleiter zu Unternehmern macht: Sie müssen in die Lage versetzt werden, wirklich Führung, Kreativität, Fortschritt zu lernen, und sie müssen Fehler machen dürfen. Das lernt ein Mitarbeiter in einer hierarchischen Organisation überhaupt nicht (Interview mit Reinhard Mohn) [4].*

- Подберите факты, которые служат для раскрытия темы.
- Выпишите предложения, которые иллюстрируют развитие этой темы.
- Прочтите текст и выпишите основные понятия, раскрывающие данную тему и найдите их русские эквиваленты.

Немецкий текст	Русский текст
1.	1.
2.	2.
3.	3.

В. На основе диалога сравните концепции развития двух фирм и кратко зафиксируйте основные положения в приведенной ниже таблице:

*Lind: Henrik Lind, Firma LANG in Kalmar, guten Morgen, Herr Jung.*

*Jung: Guten Morgen, Herr Lind.*

*Lind: Herr Jung, ich bin Geschäftsführer unserer Firma, und ich rufe wegen Ihrer Annonce in der letzten «Möbelrundschau» an. Wir sind ein mittelstädtischer Möbelhersteller und produzieren Qualitätsmöbel für den anspruchsvollen Kunden.*

*Jung: Das klingt ja ganz interessant, Herr Lind.*

*Lind: Zur Zeit sind wir dabei, unseren Export auszubauen, und wie ich auf der Landkarte sehe, liegt Heiligenhafen unter Vertriebsaspekten, es ist sehr günstig für uns. Haben Sie Autobahn- und DB- Anschluß? (4)*

Фирма Юнга	Фирма Линда
Название	Название
Продукция	Продукция
Географическое положение	Географическое положение
Предложение	Предложение

- Используя диалог для образца, выберите тему высказывания. Подберите факты, иллюстрирующие тему высказывания.

*Jung: Nun hat man in den letzten Jahren weniger Ferienzentren gebaut, es gibt da eine gewisse Störung.*

*Lind: Ja, das verstehe ich. Das ist ähnlich bei uns, obwohl wird diesen Boom nicht gehabt haben.*

*Jung: Was die Ferienzentren angeht, so richten wir uns nun mehr auf den Ersatzbedarf ein. Und deshalb haben wir seit drei Jahren zusätzlich einen kleinen Vertrieb aufgebaut. Dieser hat als Aufgabe den Direktverkauf an Baumärkte, die mit diesen Produkten dann wiederum selbst in den Handel gehen. Und für diesen Vertrieb und das*

*Ersatzgeschäft der Ferienwohnungen waren wir nun daran interessiert, Ihre Produkte kennenzulernen und eventuell in unsere Produktpalette aufzunehmen.*

*Lind: Das heisst also, Sie haben sich sozusagen ein zweites Bein geschaffen (4)*

- Постройте монологическое высказывание, раскрывающее данную тему.
- Проведите диалог по этой теме, ориентируясь на ее раскрытие и углубление.
- Какие ассоциации Вы связываете со словами слева и с понятиями справа?

die Firma, -Firmen	Angebot und Nachfrage werden hierdurch bestimmt.
der Mitarbeiter,-	Hier warten die Produkte auf ihre Auslieferung.
die Abteilung,-en	Wir verkaufen für ungefähr 800 Millionen SEK im Jahr Maschinen.
das Lager,-	Wir sind heute mehr als 500 Mitarbeiter.
der Umsatz, Umsätze	Ich bin Angestellter in der technischen Abteilung.
der Markt,-e	Die Qualitätskontrolle ist ein wichtiger Teil der Firma.
der Großhändler,-	Wir schicken die Produkte frei Haus.
die Anlieferung,-en	Zwischen Hersteller und Einzelhändler sind Sie ein wichtiger Geschäftspartner in der Vertriebskette.

В. Напишите короткий протокол деловой беседы, ориентируясь на тему на русском и немецком языках.

29.Oktober...

*Protokoll: Werbekampagne für Fa. LANG*  
*Teilnehmer: Herr Jung, Fa.Jung*  
*Herr Lind, LANG, Kalmar, Frau Franke;*  
*Verteiler: Direktion Kalmar, ...*

В. Для ведения деловых встреч, для регуляции речевого поведения важно иметь представление о ритуале визита, телефонном разговоре.

Подготовьте текст делового телефонного разговора, используя данный сценарий:

- Приветствие.
- Представление.
- Запрос информации / сообщение информации.
- Выделение главной причины звонка.
- Подведение к концу разговора.
- Благодарность.
- Прощание.

С. Используя данный образец текста письма, составьте письмо на вашу тему:

*KRUSE & MENDEZ  
Av.Colon 285 9e /1200 La Paz/ Bolivia  
Luftpost  
Mystikum GmbH  
Parfums & Feinseifen  
Keiserstr.35  
6000 Frankfurt 1  
Zusammenarbeit La Paz 12.10. 2017  
Sehr geeerte ....  
Mit freundlichem GruB*

...  
*Kruse & Mendez  
Kosmetische Erzeugnisse*

С. Ролевая деловая игра.

Расскажите о своей фирме, используя следующую схему:

- фирма (название, географическое положение);
- история образования;
- производство, ассортимент, объем продукции;
- партнеры;
- филиалы;
- оборот;
- экспорт.

Используйте в качестве опоры предлагаемые вам карточки:

Firma,-en	ausbauen,te,t	Lagerfläche,n
Abteilung,-en	erfordern,te,t	Investiton,-en
Absatzmarkt,s	etwas vorhaben,te,t	Kunde,-n,n
Ansiedlung,-en	passen,te,t	Qualität,-en
Annonce,-e	interessiert sein an (Dat.)	Region,-en

### Тактика 3. Межсубъектное взаимодействие

Деловое общение может быть представлено в различных формах (например, видеоконференции, выступления на деловых встречах, переписка, общение по факсу и электронной почте). Все это требует пристального внимания к изучению субъект-субъектных отношений в сфере делового общения.

#### Фрейм-сценарий

Деловое общение строится на взаимодействии коммуникантов и оказании воздействия друг на друга, в процессе которого происходит регуляция речевого поведения. Речевое поведение – способ взаимодействия коммуникантов, регламентируемый правилами, принятыми в той или иной культуре, и опосредованный языком. Речевое поведение в деловом общении стереотипно, автоматизировано. Оно

предусматривает ориентирование в данной ситуации, адекватность речи. Таким образом, регулируя язык, речевое поведение предполагает направленность общения на достижение цели.

При этом каждый коммуникант выполняет социальную роль и взаимодействие осуществляется в определенной тональности общения: доверительной, официальной, нейтральной, дружественной, формальной и т. п. По данной тактике необходимо формировать такие действия:

- представить себя / своего коллегу деловому партнеру;
- уточнить произношение имени / фамилии партнера;
- выразить комплименты по поводу / в зависимости от ситуации;
- определить отношение партнера к запрашиваемой информации;
- определить позицию партнера.

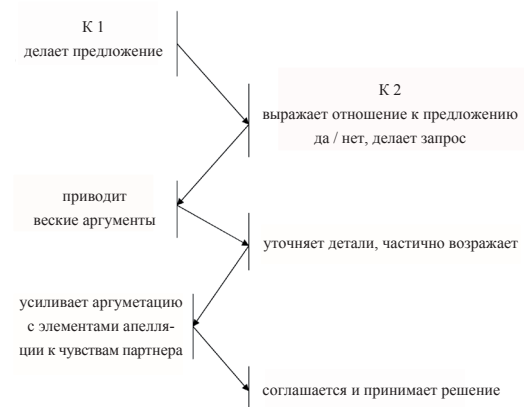
Рекомендуется выполнение следующих упражнений.

А. Прочтите заданный отрывок диалога. Просмотрите фрагмент видеofilmа. Определите на основе прочитанного диалога или фрагмента видеofilmа:

- кто главный участник деловой встречи;
- где они находятся (место, время, условия);
- каковы их позиции на фирме (занимаемые должности);
- как (с чего) начинается их встреча;
- как заканчивается;
- кто является инициатором встречи.

- Определите культурный фон ситуации.
- Определите специфику речевого поведения партнеров по коммуникации.

Исходя из предлагаемой схемы коммуникативных ходов, определите, как достигается эффект коммуникативного воздействия коммуниканта 1 (К1) и коммуниканта 2 (К2), самоконтроль и саморегуляция.



• Постройте на основе коммуникативных ходов монологическое высказывание.

В. При подготовке к диалогу отработайте следующее: произнесите фразу приветствия, комплимента с выражением определенного эмоционального настроения: с восхищением, радостью, укором, официально, нейтрально, дружелюбно и т. д.

• Просмотрев видеофильм с участием главных действующих лиц, обратите внимание на внешний вид коммуникантов.

– Во что одеты господин Юнг и господин Линд?

– Охарактеризуйте в целом внешний вид представителей фирм.

• Если вы приедете в Германию, что вы надеваете на:

деловую встречу	свободный прием	вечеринку

Проанализируйте характер встречи и определите тип взаимоотношений: деловой – доверительный – положительный (приятный) рабочий – холодный – теплый – прекрасный – современный – практичный – антикварный (старомодный) – технический – функциональный.

Направление фирмы	Линд	Юнг	Ваш деловой партнер	Ваша страна

• Господин Юнг и Линд договорились о деловой встрече на полдень воскресенья. Определите, в какой стране это принято (+, -):

Россия  
Германия  
Австрия  
Швейцария

С. Постройте диалог, используя сценарий:

• Приветствие (с выражением радости).  
• Представление (с выражением глубокого уважения).

• Ориентация в теме разговора.  
• Учет социальных ролей и конфигурация соответствующего характера отношений.

• Проявление интереса к обсуждаемому вопросу.

• Прощание (с выражением дружественности).

Таким образом, овладение иностранным языком на достаточно коммуникативном уровне будущих специалистов предпо-

лагает формирование коммуникативной тактики делового общения, которая составляет основу предлагаемой методики. В результате теоретического анализа специальной литературы по лингводидактике и методике, а также изучения и обобщения практического опыта преподавания немецкого языка была разработана рассмотренная выше модель коммуникативной тактики делового общения. Модель предлагаемой методики направлена на развитие действий, обеспечивающих процесс коммуникации на иностранном языке в сфере делового общения.

### Список литературы

1. Баукина С.А. Обучение коммуникативной тактике делового общения студентов экономического профиля: немецкий язык, неязыковой вуз: дис. ... канд. пед. наук. М., 1999.

2. Минский М. Фреймы для представления знаний / пер. с англ. М.: Энергия, 1979.

3. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М.: АЗЪ, 1995.

4. Sprachkommunikation: Lehrbuch für den berufsbedingten Deutschunterricht in sprech- und schreibintensiven Berufen / Auras S., Duhnhardt W. u.a.-10., überarbeitete Aufl.-Berlin:Verlag Die Wirtschaft, 1977.

\* \* \*

1. Baukina S.A. Obuchenie kommunikativnoj taktike delovogo obshhenija studentov jekonomiceskogo profilja: nemeckij jazyk, nejazykovej vuz: dis. ... kand. ped. nauk. M., 1999.

2. Minskij M. Frejmy dlja predstavlenija znanij / per. s angl. M.: Jenergija, 1979.

3. Ozhegov S.I., Shvedova N.Ju. Tolkovij slovar' russkogo jazyka. M.: AZ##, 1995.

### *Formation of communicative tactics in teaching business communication in German*

*The article deals with business communication in German based on the formation of communicative tactics. The main tactics that are important for mastering the German language at the professional level are under consideration.*

*Key words: business communication, communicative tactics, pragmatic goal, intention, language implementation, inter-subject interaction.*

(Статья поступила в редакцию 03.04.2018)