

Следует отметить, что аудирование остается одной из наиболее трудных для учащихся видов речевой деятельности. Как ни парадоксально, но понимание нередко оказывается сложнее, чем говорение.

Трудности при обучении аудированию связаны и с тем, что в группах, как правило, учатся студенты с разным уровнем слухового, зрительного восприятия и памяти. Все это требует определения характера аудиотекстов, особого отбора упражнений и методики их выполнения. Для привлечения внимания преподавателями используются упражнения с элементами наглядности, например, мультфильмы, мультимедийные презентации и т.п. Кроме того, нужно помнить и о размере аудиотекста, предлагаемого учащимся.

Помимо психологических трудностей, обучение аудированию сопровождается и проблемами языкового характера, среди которых можно отметить фонетические, лексические и грамматические.

Так, трудность для восприятия и понимания может представлять индивидуальная манера речи говорящего. Для преодоления трудностей, связанных с восприятием речи носителей языка, преподавателями используются аутентичные тексты с самого начала обучения. Также необходимо отбирать тексты, начитанные говорящими с разными половозрастными характеристиками, так как чем больше носителей языка услышит обучающийся, тем легче он адаптируется к индивидуальной манере речи. Среди причин непонимания аудиотекстов обучающиеся часто называют наличие в них незнакомых слов. Для устранения данной проблемы следует помочь учащимся понять содержание текста при наличии незнакомых лексических единиц путем целостного осмысления. Невоспринятые или неправильно воспринятые лексические единицы должны восстанавливаться благодаря действию механизма вероятностного прогнозирования, который необходимо формировать у обучающихся.

Грамматические трудности в процессе восприятия и понимания иноязычной речи связаны с наличием грамматических форм, не свойственных родному языку. Для их преодоления следует обратить внимание на развитие навыков адекватного восприятия интонаций, пауз и логического ударения, которые позволяют делить аудиотекст на части.

Е. М. Тулуп

СТИЛЬ ОДЕЖДЫ КАК НЕВЕРБАЛЬНАЯ СТОРОНА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Деловое общение – вид общения, цель которого лежит за пределами процесса общения. Такое общение подчинено решению определенной задачи (производственной, научной и т.д.) исходя из общих интересов и целей сторон.

Деловое общение в учреждении высшего образования реализуется непосредственно через организацию учебной, научно-исследовательской, воспитательной работы.

Общение – категория социальной психологии. В процессе общения важным фактором является то, как воспринимается партнер по общению, т.е. процесс восприятия одним человеком другого. Этот процесс выступает как обязательная составная общения и условно может быть назван перцептивной стороной общения. Поскольку человек вступает в общение всегда как личность, поэтому и воспринимается другим человеком – партнером по общению – так же как личность. Поэтому важно знать, как формируется и как влияет на нас представление о другом человеке. Важны *вербальные* и *невербальные средства общения*. К вербальным средствам общения относится человеческая речь. Невербальное общение включает жесты, позы, мимику, телодвижения, интонацию, темп и тембр речи, стиль одежды. Наш внешний вид – и в частности стиль одежды – средство невербального общения.

Марк Твен: «Человека красит одежда. Голые люди имеют крайне малое влияние в обществе, а то и совсем никакого».

Хотим мы того или нет, но наш внешний вид является наглядной многомерной информацией о нашей принадлежности к профессиональному слою, являясь визитной карточкой. Она оказывает психологическое воздействие на партнеров по общению (в нашем случае отношение преподаватель учреждения высшего образования и студент).

Многим кажется, что внешний вид – ничто, в сравнении с внутренними качествами человека. Но манера одеваться в значительной степени определяется как раз индивидуальными психологическими особенностями. Как показывают психологические исследования, в 85 случаях из 100 люди после первого знакомства составляют для себя образ человека по его внешнему виду; первая минута встречи является решающей в создании социального и психологического портрета, она определяет характер дальнейших взаимоотношений. Одежда многое может сказать о нашей личности. Например, экстраверты предпочитают необычные наряды, а интроверты – утонченные. Первые отдают предпочтение ярким цветам, а вторые – холодным. Экстраверты любят большое количество украшений, тогда как стиль интровертов – простой и скромный.

Современные психологи считают, что стиль одежды – язык хотя и безмолвный, но достаточно громкий. В одежде отражается наша неповторимая индивидуальность, и происходит это зачастую абсолютно бессознательно. Так же бессознательно и окружающие воспринимают эту информацию. Есть и простые, стереотипные приемы расшифровки сигналов одежды, которые сознательно или бессознательно подают нам люди. Вот один из них. Черты, присущие одежде, мы вполне имеем право перенести на ее владельца. Этот прием психологи называют «нравственным символизмом». Психологи утверждают, что так называемые холодные цвета (синий, зеленый и их производные) говорят о спокойствии, апатичности, а теплые передают сигналы о силе, властности, активности и радостном настроении.

Тест швейцарского психолога Макса Люшера «Оценка личности посредством выбора цвета» подтверждает многие из этих закономерностей. Эксперименты, при которых от людей требовали, чтобы они рассматривали некоторое время красный цвет по тесту Люшера, показали, что этот цвет оказывает на нервную систему стимулирующий эффект: повышается давление крови, ускоряется дыхание и сердцебиение. Поэтому красный цвет оказывает возбуждающее действие на вегетативную нервную систему. И по справедливости красный цвет считают – цветом страсти. Опыты с темно-синим цветом Люшера показали обратный эффект: падает давление крови, замедляется сердцебиение и дыхание становится медленнее. Итак, темно-синий цвет оказывает успокаивающее воздействие на вегетативную нервную систему. Возможно по этой причине наряду с серым, темно-серым цветами, в деловом стиле синий, темно-синий цвета являются предпочтительными. Деловой стиль демонстрирует профессионализм и компетентность, он предназначен для деловой сферы жизни общества и характеризуется строгостью, сдержанностью, консерватизмом в выборе ткани, цвета, покроя и аксессуаров. Близок к консервативному стилю (например, стиль английской королевы).

Характеризует ли внешний вид преподавателя как личность? Что предположительно транслирует преподаватель учреждения высшего образования, приходя в аудиторию: 1) в юбке экстремальной длины, 2) с глубоким декольте, 3) в прозрачной блузке, 4) надев одновременно красные туфли на шпильке и красную юбку и т.п., на какой лад это настраивает студентов, может ли повлиять внешний вид преподавателя на организацию аудиторной деятельности?

Д. А. Шинкаренко

РАЗВИТИЕ УМЕНИЙ УСТНОГО РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ СТУДЕНТОВ-ЛИНГВИСТОВ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДУЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИИ

В условиях социальных и политических изменений в мире, процессов глобализации и интеграции в мировое экономическое и образовательное пространство проблема речевого общения становится весьма актуальной. Значительно возрастает роль речевого общения между представителями социальных групп различных культур и народов, что ведет к возникновению единого коммуникативного пространства, речевое взаимодействие в котором осуществляется посредством иностранного языка.

Способность к осуществлению речевого взаимодействия на иностранном языке в современном обществе становится необходимой частью личной и профессиональной жизни человека. В связи с наличием реального выхода на иную культуру и ее представителей социальный заказ общества по отношению к языковому образованию выражается не просто в практическом знании языка, а в умении использовать этот язык в реальных ситуациях рече-