

А.В. Горелова, Н.В. Ильичева
Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева,
г.о. Самара

СТРАТЕГИИ ИНТЕРВЬЮ В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Основной целью курса «Стратегии интервью в деловой коммуникации» является овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения задач в деловой сфере общения, главным образом при прохождении интервью и конкурсного отбора для участия в международных программах и при приеме на работу. Изучение иностранного языка призвано обеспечить развитие комплекса общекультурных и профессиональных компетенций, включая знакомство с основами кросскультурных отношений и способность эффективно выполнять свои функции в кросскультурной среде. Курс предназначен для всех желающих повысить уровень владения деловым английским языком и планирующих строить карьеру.

Ключевые слова: коммуникативная компетенция, деловой английский язык, коммуникативные стратегии, интервью.

В условиях расширяющихся международных связей в различных областях практическое владение иностранным языком приобретает все большее значение. Целью курса «Стратегии интервью в деловой коммуникации» является овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в деловой сфере общения, главным образом при прохождении конкурсного отбора для участия в международных программах и при приеме на работу. В результате прохождения курса обучающиеся **знают:**

- требования и правила заполнения различных форм для участия в международных учебных и профессиональных программах;
- основные структуры и техники проведения интервью различных уровней в иноязычной среде;
- коммуникативные стратегии участия в собеседованиях международных программ и достижения наилучших результатов на стадии прохождения собеседования;
- базовые правила грамматики (на уровне морфологии и синтаксиса);
- базовые нормы употребления лексики и фонетики;

- требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры;
- основные способы работы над языковым и речевым материалом;

умеют:

- воспринимать на слух и понимать основное содержание несложных аутентичных общественно-политических, публицистических (медийных) текстов, имеющих характер интервью; выделять в вопросах значимую /запрашиваемую информацию;
- понимать основное содержание несложных аутентичных рекламных объявлений, в том числе объявлений о вакансиях, грантах и образовательных программах, детально понимать резюме, анкеты и сопроводительные письма, выделять значимую/запрашиваемую информацию из прагматических текстов справочно-информационного и рекламного характера;
- начинать, вести/поддерживать и заканчивать диалог-расспрос, диалог-обмен мнениями и диалог-интервью/собеседование при приеме на работу, соблюдая нормы речевого этикета, при необходимости перефразировать вопрос с целью уточнения; адекватно реагировать на вопросы, а также грамотно задавать вопросы различных типов согласно поставленной цели коммуникации; разрабатывать и использовать стратегию самопрезентации и других коммуникативных стратегий и тактик; высказывать свое мнение, просьбу, отвечать на предложение собеседника (принятие предложения или отказ); делать сообщения и выстраивать монолог-описание, монолог-повествование и монолог-рассуждение;
- заполнять формуляры и бланки прагматического характера; вести запись основных мыслей и фактов (из аудиотекстов и текстов для чтения), поддерживать контакты при помощи электронной почты; выполнять письменные проектные задания;

владеют:

- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном деловом общении на иностранном языке;
- культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки цели и выбору путей её достижения;
- навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке;
- стратегиями проведения сопоставительного анализа факторов культур различных стран;

- компенсаторными умениями, помогающими преодолеть «сбои» в коммуникации, вызванные объективными и субъективными, социокультурными причинами;
- приемами самостоятельной работы с языковым материалом с использованием справочной и учебной литературы.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента не предусматриваются, однако в группах проводится входное тестирование для определения исходного уровня коммуникативной компетенции обучающихся.

Учебно-методическое пособие «Стратегии интервью в деловой коммуникации» [5], подготовленное на кафедре иностранных языков и профессиональной коммуникации, рекомендовано редакционно-издательским советом Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» для студентов института экономики и управления, а также для всех желающих повысить уровень владения деловым английским языком и планирующих строить карьеру.

В науке о языке наиболее традиционным считается интерактивный подход к пониманию стратегии как определённого набора коммуникативных действий, последовательности шагов, совершаемых коммуникантами для достижения какой-либо цели и определяемых социальными нормами общения [1, 3, 4]. При обсуждении коммуникативных стратегий различного назначения и содержания специалистами предлагаются различные варианты классификаций. Так, Э. Берн выделяет следующие типовые цели коммуникации и, соответственно, коммуникативные стратегии [3]:

- конвенциональная (достижение согласия, заключение договора и поддержание условий конвенции);
- конфликтная (обнаружение разногласий и акцент на этих разногласиях), характеризующаяся умеренным речевым поведением, которое регулируется системой конвенций делового этикета соответствующего этноса;
- манипуляционная (захват смыслового пространства коммуникации с тем, чтобы навязать участнику коммуникации свою коммуникативную стратегию).

Представляется целесообразным дополнить классификацию Э. Берна такими индикаторами деловой коммуникации, как организационная, компенсационная и риторическая стратегии [2], поскольку они относятся к объективным характеристикам учебного делового дискурса. Если компенсационные стратегии направлены на коррекцию коммуникативных

ошибок или неудач, организационные – на структурирование, организацию речевой коммуникации, то риторические стратегии призваны оказать воздействие (эксплицитное и имплицитное) на партнера.

Как показал анализ современных англоязычных учебников издательств Cambridge, Longman, Oxford University Press, коммуникативная парадигма англоязычного учебного делового дискурса отличается многообразием стратегий, которые прежде всего группируются по тематическому принципу, отвечающему целям и задачам учебного порядка. Тематические разделы учебного видеокурса представляют собой проблемное поле, в границах которого логика обсуждаемых понятий предполагает позиционные различия сторон, участвующих в деловой коммуникации. Эти различия в условиях делового общения обусловлены, как правило, столкновением мнений, разногласиями между партнерами, различными деловыми целеустановками. Анализ дискурсивного видеопространства, представленного материалами по обучению деловому английскому, показывает, что набор коммуникативных стратегий, которые реализуются в данном типе дискурса, отличается определенной иерархической последовательностью в терминах лингвистических маркеров и соотносительностью с конкретными коммуникативными ситуациями.

Набор коммуникативных стратегий англоязычного учебного делового видеодискурса показывает, что определенные стратегии делового общения используются не только представителями англоязычной культуры, но и бизнесменами-иностранцами. Так, в ситуациях совещаний, переговоров, бесед по телефону, в которых задействованы коммуниканты-носители языка и их иностранные партнеры по бизнесу, основными являются *организационная и конфликтная коммуникативные стратегии*, что подтверждается преобладанием в материалах выборки по этим коммуникативным ситуациям речевых актов типа ассертивов и комиссивов. Функция невербальных средств оформления деловой коммуникации в этих случаях ограничивается дополнением, уточнением и регулированием речевого поведения.

В результате проведенного исследования было установлено, что современная парадигма коммуникативных стратегий, которыми характеризуется англоязычный учебный видеодискурс делового назначения, отличается иерархической структурой и содержательными параметрами, которые опираются на национально-культурные поведенческие схемы и комплексы вербальных и невербальных индикаторов речевого поведения в сфере делового общения. Ведущая роль в иерархическом диапазоне принадлежит комплексу, который включает организационную, конвенциональную и конфликтную стратегии. Второе место занимает сочетание риторической

и манипуляционной коммуникативных стратегий, в то время как компенсационная коммуникативная стратегия, которая обеспечивает формирование эмоционального настроения и контроль над инициативой в сфере англоязычной деловой коммуникации, может использоваться в изолированном виде.

Материалы учебно-методического пособия «Стратегии интервью в деловой коммуникации» распределены по следующим разделам:

Введение

Методические рекомендации студентам

Методические рекомендации для преподавателя

UNIT 1 Personal Language Organiser

1. Yourself
2. Your Job / Studies
3. Your Company / University
4. Your Values
5. Your Philosophy

Правила составления и структура резюме

Контрольное задание № 1

Suggested Strategy Practice

1. Self-Presentation Strategy
 2. Reasoning Strategy
 3. Job interview Techniques
- Role-Play Game "Job Interview"*

UNIT 2 Social Language Organiser

1. Essential Words (Thank you, Please, Sorry?, Really?)
2. Apologies and Excuses
3. Saying "No"
4. Saying "Yes"
5. Active Listening
6. Language problems

Suggested Strategy Practice

1. Emotions and Initiative Control Strategy
 2. Job Interview Technique – "Selling yourself"
- Role-Play Game "A chance for promotion"*
- Контрольное задание № 2*
- Watch the Presentation*

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Задания и тексты для контролируемой самостоятельной работы студентов

1. Hiring
2. Letters of Application
3. Resumes
4. Finding a job
5. Recruitment
6. How to write a cover letter – tips and advice for creating a successful cover letter
7. Possible questions at job interview
8. Presidential Management Training Initiative – interview questions
9. Russian recruitment recommendations

Заключение

Glossary

Технологическая карта балльно-рейтинговой системы

Библиографический список

Преподаватель проверяет формы, заполненные студентами на занятии или присланные по электронной почте. Необходимо устное обсуждение выполненной работы студента с преподавателем при личной встрече или по Skype. Ролевые игры (в конце каждого раздела) и в ходе финального испытания проводятся в группе студентов с присутствием преподавателя, что предоставляет возможность использовать полученные знания и практиковать навыки профессионального общения. Во втором издании пособия добавлены новые разделы:

- Правила составления резюме. После изучения раздела можно предложить студентам найти на русских и англоязычных сайтах Интернета дополнительную, новую информацию о формате резюме, обсудить культурно-обусловленные различия предоставляемой информации. Студенты составляют резюме на русском и английском языках.

- Контрольные задания (№ 1, 2). Контрольные задания выполняются после завершения работы над разделом, сдаются в письменной форме и затем обсуждаются устно. Особое внимание уделяется тем студентам, кто не участвовал в ролевых играх.

- Презентация (представленная в файле Interview_Best things.ppt и в тексте учебного пособия), содержит вопросы по прохождению интервью и рекомендации как на них отвечать, данные носителями языка – профессионалами в сфере бизнеса и управления. После слайда с вопросом можно сделать паузу, обсудить со студентами возможные ответы, затем представить слайд с ответом носителя языка.

По материалам учебного пособия могут применяться следующие методы активного обучения:

- *неимитационные активные методы*: эвристическая беседа, практические групповые и индивидуальные упражнения;
- *имитационные методы (неигровые)*: анализ конкретных ситуаций, письменные работы, дискуссии;
- *имитационные методы (игровые)*: деловые игры, ролевые игры, круглый стол, дискуссии;
- *интерактивные методы*: использование и анализ видео-, аудио-материалов; разбор ситуаций из практики участника; ролевая игра (в том числе с анализом видеозаписи); работа в малых группах; групповая дискуссия и другие.

Контроль знаний проводится по балльно-рейтинговой системе, а финальное испытание проводится в форме ролевой игры, в процессе которой проверяются и оцениваются лингвистические знания, навыки делового общения и стратегического поведения. Ниже приводится образец анкеты, которую заполняют преподаватель и студенты после проведения ролевой игры.

**Анкета «Стратегии интервью в деловом общении»
заполняемая студентом / преподавателем после проведения ролевой
игры
(подчеркнуть нужное)**

№ группы _____

ФИО студента _____

Критерии оценки: 1. не раскрыто 2. раскрыто частично 3. раскрыто полностью

**ОЦЕНКА ЯЗЫКОВЫХ И КОММУНИКАТИВНЫХ
НАВЫКОВ И УМЕНИЙ**

LANGUAGE AND COMMUNICATION SKILLS

1,2, 3

1. Начало беседы в соответствии с правилами англоязычного делового общения / <i>Opening conversation gambits /</i>	
2. Ответы на вопросы / <i>Answering questions /</i>	
3. Умение задать вопросы / <i>Asking questions /</i>	
4. Навыки активного участия в беседе / <i>Active listening –yes, no, could you specify.../</i>	

5. Высказывание собственного мнения, согласия и несогласия / Giving opinion, agreeing and disagreeing /	
6. Умение завершить беседу/ <i>Finishing the conversation /</i>	
7. Правильное использование грамматических структур / <i>Grammar/</i>	
8. Словарный запас и использование соответствующих терминов / <i>Vocabulary/</i>	
9. Навыки передачи информации в связных, логичных и аргументированных высказываниях/ <i>Discourse management – speaking in a logical way about the subject and speak for the right amount of time /</i>	
10. Навыки использования способов представления и передачи информации, адекватных ситуации/ <i>Interactive communication – ability to listen and give suitable answers/</i>	

КОММУНИКАТИВНО-СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

STRATEGIC BEHAVIOR

1, 2, 3

1. Стратегия самопрезентации (умение представиться, рассказать о себе, учебе и работе, привести примеры и предоставить дополнительную информацию) / <i>Self-presentation strategy – able to answer questions about themselves, job/studies, giving examples and extra information/</i>	
2. Стратегия аргументации (способность четко выражать мысли, придерживаться темы, использовать логичные аргументы) / <i>Reasoning strategy– able to organize the ideas clearly and keep to the topic, providing appropriate reasons in the logical way/</i>	
3. Стратегия контроля над инициативой (умение переспросить, уточнить, ответить вопросом на вопрос, задать вопрос после ответа, вежливо уйти от ответа, вежливо прервать беседу / <i>Emotions and initiative control strategy – able to ask questions, to obtain and specify the information, interrupting in the polite manner and using active listening skills, looking confident/</i>	
ОБЩЕЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ (вежливость и уверенность) <i>OVERALL IMPRESSION</i>	

Оценка достигнутого результата проводится не только преподавателем, но и самими студентами. В ходе ролевой игры “Job Interview” студенты-ин-

тервьюеры принимают решение о том, кто получит работу, в игре “A chance for promotion” выбирают членов своей команды, достойных повышения.

Библиографический список

1. Астафурова Т.Н. Стратегии коммуникативного поведения в профессионально-значимых ситуациях межкультурного общения (лингвистический и дидактический аспекты): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 1997. – 41 с.
2. Астафурова Т.Н. Язык деловых коммуникаций: универсальное и специфическое в русском и английском языках // Функциональные и семантические особенности языковых явлений. – Волгоград, 1994. – С. 36-46.
3. Берн, Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы. – Л., 1992.
4. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / – 8-е изд., испр. и доп. – М.: Едиториал УРСС, 2017. –308 с.
5. Левченко В.В., Ильичева Н.В., Горелова А.В. Стратегии интервью в деловой коммуникации / учеб. пособие для студентов института экономики и управления. – Самара: изд-во Самарского университета, 2017. – 144 с.
6. Colm Downes, Cambridge English for Job Hunting, CUP 2009.
7. Jane Cordell, Cambridge Business English Activities, CUP 2010.

A. Gorelova, N. Ilicheva

*“Samara National Research University named after
academician S.P. Korolev”,
Samara*

INTERVIEW STRATEGIES IN BUSINESS COMMUNICATION

The main goal of the “Interview strategies in business communication” course is provide the students with the sufficient level of communicative competence to solve problems in business communication, mainly during interviews, participation in international programs and process of employment. Learning a foreign language ensures developing general and professional competencies, including ability to effectively function in a cross-cultural environment. The course is designed for everyone wishing to improve their level of business English and planning career growth.

Key words: *communicative competence, Business English, communication strategies, interview.*