

Вершинина А. Ю.

МОДЕЛИ ЭФФЕКТИВНОГО РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/4-1/16.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2008. № 4 (11): в 2-х ч. Ч. I. С. 38-40. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2008/4-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

1. Интеграция предметного характера (когда объединены несколько предметов: «искусство», музыка, литература);

2. Общедидактические факторы интеграции: проблема, способ деятельности, образовательные технологии.

Различают три вида интеграции по радиусу действия: ближняя (внутри предмета); средняя (на основании наличия универсалий); дальняя (межпредметная/взаимоудаленная интеграция, ведущая к появлению художественных и научных текстов).

Стремление к системности является типичной чертой немецкого художественного образования. Ведущая роль живописи среди всех видов искусств экстраполирована на окружающую жизнь: это эстетика немецких городов, естественность ландшафта, бережное отношение к памятникам искусства и архитектуры, защита природы в ее первозданной красоте. Можно утверждать, что это - закономерное следствие процессов глубинной интеграции, играющих в проблемной модели, в проблемном обучении главную роль.

Проблемная, гносеологически ориентированная модель обучения «поддерживается» западной классической философией, рационалистической в своих основаниях. Проблемная модель идет от классической немецкой дидактики и ее целью является развитие творческого интеллекта, творческих способностей.

Личностно-смысловая модель. Структурной единицей содержания учебного процесса в данной модели является личностный смысл, т.к. смысл может быть знанием, проблемой, способом, в зависимости от их реального бытия в педагогическом контексте. Приведем пример изучения художественных произведений по их «деталям»: изображения у Л. да Винчи («Этюд на дереве») - живопись красоты, изображения И. Ф. Хакерта («Софора Японика») - живопись мысли.

Технологически обучение в личностно-смысловой модели выстраивается на основе субъект-субъектных отношений между учителем и учащимися. Это обстоятельство согласуется с положением о том, что общение есть обмен ценностями, однако обучение идет впереди развития личности и прокладывает ему путь.

Остановимся на содержании учебного процесса в личностно-смысловой модели. Учебные программы курсов, разрабатываемые в данной модели обучения, принципиально отличны от традиционных программ. Если в лучших современных программах по «искусству» стратегию курса можно выразить как «живопись в ребенке», то в программах личностно-смысловой модели стратегию курса «искусство» можно обозначить как «ребенок в живописи».

Итак, нам удалось выявить и охарактеризовать модели обучения, охватывающие все педагогическое пространство; расположить модели в логической последовательности с учетом наращивания семиотических единиц в художественных текстах и комплексах; определить, что в немецкой педагогике наиболее распространенными являются деятельностная и проблемная модели. Российскому художественному образованию в определенной степени нужен немецкий прагматизм, а также валидность, антропоцентрированность художественного образования и его диверсификация.

Список использованной литературы

1. Абакумова И. В. Обучение и смысл: смыслообразование в учебном процессе: Монография. - Ростов-на-Дону, 2003. - 479 с.
2. Бондаревская Е. В., Бермус Г. А. Теория и практика личностно ориентированного образования // Педагогика. - 1996. - № 5. - С. 72-80.
3. Быкасова Л. В. Современное художественное образование в Германии: Монография. - Ростов-на-Дону, 2004. - 302 с.
4. Вартофский М. Модели. Репрезентация и научное понимание. - М., 1988. - 5064 с.
5. Дорфман Л., Леонтьев Д., Петров В. Неклассический подход в эмпирических исследованиях искусства: Монография. - М., 2002. - С. 14-31; 68-79; 143-164.
6. Лотман Ю. М. Культура - информационный феномен // Культура и взрыв. - М.: Прогресс, 1992. - С. 26-29.
7. Эстетическая культура и эстетическое воспитание. - М.: Просвещение, 1983. - 304 с.

МОДЕЛИ ЭФФЕКТИВНОГО РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ .

Вершинина А. Ю.

Российский государственный университет туризма и сервиса, г. Волгоград

В настоящее время в России можно отметить сосуществование двух типов обслуживания: наряду с традиционным уже сформировался прозападный стиль, отличительной чертой которого является подчеркнутая технологичность действий, холодная вежливость и неназойливость, такой сервис еще называют «незаметным». В сознании большинства россиян это обслуживание связывается с дорогими ресторанами, гостиницами и т.д.

Привычнее для россиян традиционное «грубое» обслуживание. По мнению Е. В. Харченко, Л. А. Шкатовой основные причины национально культурной специфики российского обслуживания кроются в исторических особенностях формирования этого слоя. Издавна на Руси люди обслуживающего персонала «обслуга», набирались из крепостных и, соответственно, были лишены всяких прав как «люди подлого звания».

Тяжелые условия жизни и труда вызвали у них стремление «не столько служить, сколько прислуживаться для собственной выгоды» [Харченко, Шкатова 1998: 220].

Это привело к тому, что в России практически каждый человек обладает как минимум двумя моделями поведения: хозяина и слуги, которые хорошо разработаны, при этом модель сотрудничества, когда взаимодействие осуществляется на равных, свойственна скорее дружеским отношениям. К тому же само прислуживание рассматривается как холуйство и считается непрестижным, недостойным, что часто вызывает у представителей сферы услуг желание компенсироваться за счет клиентов, доказать свое превосходство. В речевом поведении это выражается в виде упреков, поучений, инструкций.

- В примерочную почему входите без закройщицы?
- Вы сами-то взяли бы в руки такую грязную обувь?
- Сколько раз можно повторять: ремонт зонтов через дорогу, у нас только обувь!
- Давайте быстрее, я, что до вечера должна вас ждать?

Непрестижность сферы обслуживания и грубость специалистов приводят к накоплению негативных оценок и постоянной готовности к конфликтам со стороны клиентов, только хорошее обслуживание позволяет почувствовать клиенту свою значительность [Роджерс 1997: 21].

Одним из выходов является моделирование профессионального общения: выявление социально одобренных речевых формул и целенаправленное обучение им специалистов сферы «человек-человек», что позволит на базе готовых формул творить свои эффективные высказывания [Харченко 2003: 146].

Стандартные речевые формулы позволяют ввести фирменный стиль в обслуживании:

- выровнять общую культуру персонала (униформа, стандартные речевые формулы убирают ненужное разделение);
- свести к минимуму недоразумения, связанные с непониманием или уходом от делового общения;
- планомерно регулировать скорость обслуживания;
- обучать и иметь условия для самосовершенствования в заданных рамках (стажер учит наизусть закреплённые формулы, мастер контролирует стажера и сам хорошо ими владеет, может при использовании варьировать отслеживая реакцию клиента);
- легко контролировать за счет наличия критериев, позволяющих отслеживать профессионализм и соответствие стандарту;
- определить стандарт для клиента и способы его повышения в определенных случаях, чтобы создать радость для постоянных клиентов [Харченко: 292].

Приведем пример разработанного нами речевого стандарта для туристической фирмы. При создании данного стандарта были использованы результаты, проведенного нами анкетирования сотрудников туристических фирм (всего 12 человек). В таблице выделены фразы стандартные, особые и для постоянных клиентов, так как каждый тип клиентов нуждается в дифференцированном подходе. Все высказывания в свою очередь разделены на блоки, обозначающие повторяющиеся ситуации (приветствие, получение заказа, уточнение и т.д.).

Речевые формулы (туристическая фирма)

| Стандартные | Особые | Для постоянных клиентов |
|---|---|--|
| Приветствие | | |
| - Здравствуйте! - Добрый день! (утро, вечер) - Здравствуйте! Пожалуйста, располагайтесь! - Здравствуйте! Пожалуйста, располагайтесь! | - Добро пожаловать! - Здравствуйте! Вы у нас в первый раз? Позвольте мне... - Здравствуйте! Могу я предложить Вам свою помощь? | - Здравствуйте, мы рады Вам! - Очень приятно видеть Вас вновь! (По возможности обращаться по имени отчеству) - Здравствуйте! Ваши визиты нам очень приятны! |
| Ознакомление с желаниями клиента | | |
| - Я Вас слушаю. - Минуточку! (если не закончили работу с предыдущим клиентом). - Куда бы Вы хотели поехать? - Что Вас интересует? | - Вы уже знаете, куда бы Вы хотели поехать? - Что бы Вы хотели посмотреть? - С чего предпочитаете начать обсуждение этого тура? | - Вы успели ознакомиться с новыми каталогами? - Чем я могу Вас сегодня заинтересовать? - Как всегда - туры по Европе? - Николай Петрович, сегодня выберем страну «погорячее»? |
| Презентация туров | | |
| - Мы можем предложить.... - Могу посоветовать - У нас появились интересные туры... - Большим спросом пользуются путевки в.... | - Для увлекательной экскурсии... - Из Европейских туров... - О Египте у нас есть... - Мы разработали новое направление по водному туризму, в котором... - Этот маршрут открывает перед туристами много интересных возможностей... | - К сожалению, путевок в Ваш любимый «N» нет, но могу предложить «S», это тоже один из красивейших городов этой страны, а его привлекательной особенностью является... - Надеюсь, что Вам очень понравится. - Вы выбрали интереснейшую страну... ее история, культура, традиции интригуют... |

| Рекомендации | | |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Обратите внимание на ... - Очень советую... - Рекомендую: у нас новые направления по ... - Посмотрите новые буклеты... | <ul style="list-style-type: none"> - Могу посоветовать ... - Порадуйте себя солнышком, теплым морем... - Гордостью нашей туристической фирмы являются эксклюзивные туры по ... | <ul style="list-style-type: none"> - У нас появились новые маршрутные пути по Вашему любимому ... - У нас обновление туристической программы по Вашей любимой Турции. - Не желаете посмотреть новые варианты? |
| Дополнительная информация | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Вы знаете, что у нас ..? - Если Вы забронируете номер в этом отеле, то получите 5% скидку ... - У Вас есть карточка (скидка)? - Если Вы закажете тур, то станете участником лотереи (получите билет, скидку и т.д.) | <ul style="list-style-type: none"> - Поздравляем, Вы стали участником розыгрыша горячих путевок в ...! - Заполните купон и опустите в ящик.... - В эту субботу мы ждем Вас на розыгрыш ...! - У Вас такой изысканный вкус! Мы приглашаем Вас на выставку «великих мест» в музей.. | <ul style="list-style-type: none"> - Вы уже знаете, что у нас... - Для постоянных клиентов... - У нас появилось много новых услуг, например, можно заказать путевку по телефону...Мы оформляем Вам документы... - Карточка постоянного клиента дает Вам возможность забронировать билеты бесплатно! - Мы подбираем интересующую Вас информацию и в короткие сроки... |
| Уточнение | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Давайте уточним: заграничный паспорт сдали, визу заказали... - Я Вас правильно поняла, вы хотите заказать путевку в... на двоих? - А вы бывали раньше за границей? - В каком отеле Вы останавливались? (если был дорогой отель, необходимо предложить дешевле) - Итак, Ваши билеты, путевка и визы готовы...! | | |
| Вручение подарков | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Поздравляем! Вы выиграли...! - Разрешите вручить Вам эту путевку как самому.... - Мы дарим Вам карточку клиента! Ждем Вас снова! | <ul style="list-style-type: none"> - Поздравляем! Вы стали счастливым обладателем... - Поздравляем, вы стали нашим 1000-ым клиентом! Примите от нас подарок - горящую путевку в ... - Сегодня наша фирма дарит карточки (скидки) 5 %! - Вам улыбнулась удача: Ваша путевка достается Вам бесплатно как самому... | <ul style="list-style-type: none"> - Сегодня Вам очень повезло! Поздравляем! Вы выиграли! - Как постоянному клиенту мы дарим Вам карточку (скидку) 10%! - Мы хотели Вам предложить небольшой подарок как постоянному клиенту! |
| Комплименты | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Вы прекрасно разбираетесь в живописных местах... - Какой у Вас замечательный (внимательный, чудесный) сын! | <ul style="list-style-type: none"> - Приятно было с Вами поработать, приходите еще! - У Вас замечательный вкус! - Очень приятно работать с таким внимательным клиентом! | <ul style="list-style-type: none"> - Мы всегда очень рады видеть Вас и вашу семью в нашей туристической фирме! - С Вами всегда приятно работать! - Выглядите восхитительно! |

Список использованной литературы

1. Роджерс (Бак), Ф. Дж. Путь успеха: Как работает корпорация IBM / Ф. Дж. Роджерс (Бак) / Пер. с англ. - СПб: Азбука-Терра, 1997.
2. Харченко, Е. В., Шкатова, Л. А. Клиентурное речевое поведение: межкультурные аспекты / Е. В. Харченко, Л. А. Шкатова // Языковое сознание: формирование и функционирование: Сборник статей / Отв. ред. Н. В. Уфимцева. - М., 1998.
3. Харченко, Е. В. Модели речевого поведения в профессиональной сфере / Е. В. Харченко. - Челябинск: Изд-во ЮУРГУ, 2003.

**ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О СУБЪЕКТИВНОМ БЛАГОПОЛУЧИИ И СЧАСТЬЕ
РОССИЙСКИМИ СТУДЕНТАМИ**

Виничук Н. В.

Дальневосточный государственный университет

Проблема субъективного благополучия имеет глубокие корни в истории философии, психологии, социологии. В последние десятилетия она все чаще становится предметом исследования психологов. Это вызвано острой для психологической практики необходимостью в определении того, что служит основанием для внутреннего равновесия личности.

Необходимо конкретизировать что такое «субъективное благополучие» (subjective well-being - SWB). Научными синонимами понятия «субъективное благополучие являются: «счастье», «оптимизм», «удовлетворенность жизнью». В Толковом словаре русского языка благополучие - это спокойное и счастливое состояние; жизнь в довольстве, полная обеспеченность [Ожегов, Шведова 1999: 708]. Здесь «благополучие» и «счастье» выступают как максимально синонимичные понятия. Такое представление подтверждается большинством исследований. В свою очередь счастье - это состояние высшей удовлетворенности жизнью; успех,