

в виде контента и демонстрацию социальной значимости через общее количество обратной связи. Для создания текстов-побудителей при этом необходимо учитывать индивидуальные особенности целевых групп. Комплексное использование вышеперечисленных инструментов ведет к эффективной подаче материала, и созданию площадки для сбора позитивной обратной связи от аудитории.

Изучение и практика инструментов продвижения в социальных медиа позволяет создавать для аудитории желаемый контент. Здесь принимается во внимание динамика разнообразных платформ, предоставления актуальной информации и построение коммуникационной стратегии. Тренды в социальных медиа меняются несколько раз за год и сегодня очень важно развивать практический опыт реализации сложных проектов, аккумулируя при этом знания о медиа-реальности.

В процессе написания статьи была обоснована необходимость исследования возможностей новых моделей коммуникации в сфере продвижения интернет-проектов. Исследование коммуникации в социальных медиа позволило прийти к алгоритму создания площадок бренда. В процессе изучения методов продвижения были выявлены общие тенденции развития медиа-среды. На основе полученного анализа перспектив, были сделаны заметки по практической реализации проектов. Используя эти знания, возможно реализовывать **с2b2c** и **p2p**-проекты с большим вовлечением целевых аудиторий в производство ценностей бренда. Процесс интеграции фрактальных моделей коммуникации является маркером развития коммуникативистики, которая в свою очередь является теоретическим основанием Public Relation.

Список литературы

1. Балахнин, И. Горизонтальный мир. – М.: Ideabooks, 2012.
2. Луман, Н. Социальные системы. Очерк общей теории / Пер. с нем. И. Д. Газиева; под ред. Н. А. Головина. — СПб.: Наука, 2007.
3. Прахалад К., Кришнан М.С., Пространство бизнес-инноваций. Создание ценности совместно с потребителями. – М.: Альпина Паблишер, 2011.
4. Стелзнер, М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху интернета / Пер. с англ. Д. Баймухаметовой. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КНИГИ А.ИВАНОВА «MESSAGE ЧУСОВАЯ» В ФОРМИРОВАНИИ КОММУНИКАТИВНОЙ ЛИЧНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА

Рагуева А.В., Михайлова Т.Л.

*Нижегородский Государственный Технический
Университет им. Р.Е. Алексеева, Нижний Новгород*

Специальность «социально-культурный сервис и туризм» имманентно предполагает подготовку специалиста, обладающего общекультурными и профессиональными компетенциями, среди которых основное значение принадлежит овладению коммуникативными навыками. Цель данных тезисов – выявить образовательно-информационный потенциал книги Алексея Иванова в формировании коммуникативной личности специалиста в области туризма. Обсуждение книги проходило на семинарских занятиях в курсе «Основы теории коммуникации» по теме «Коммуникативная личность: сущность и содержание».

Понятие «коммуникативная личность» – не четко определенное понятие, ибо включает характеристики, связанные с выбором не только вербального, но и невербального кода коммуникации с использованием искусственных и смешанных коммуникативных кодов. Для данной специальности это особенно важно, ибо развитая «коммуникативная личность» продает

свой продукт, свою услугу намного успешнее, чем личность, не обладающая этими качествами. Человек, умело использующий *коды коммуникации*, востребован во всех сферах на рынке труда. Коммуникативная личность понимается как одно из проявлений личности, обусловленное совокупностью ее индивидуальных свойств и характеристик, определяемых степенью ее коммуникативных потребностей, когнитивным диапазоном, сформированным в процессе познавательного опыта, и, собственно, коммуникативной компетенцией. Последнее связано с умением выбора *коммуникативного кода*, благодаря которому обеспечивается адекватное восприятие и целенаправленная передача информации в конкретной ситуации. Коммуникативная личность «живет» в каждом из нас; нельзя говорить про того или иного человека, что он не коммуникабельный. Все мы коммуникабельны в большей или в меньшей степени, просто кто-то своей «общительностью» зарабатывает на хлеб, как предстоит это делать нам, будущим специалистам. Согласно В.П. Конечкой, коммуникативная личность включает три параметра: а) мотивационный; б) когнитивный; в) функциональный. Логично остановиться на когнитивном параметре, ибо он является связующим параметром, определяющим успех коммуникации.

Когнитивный параметр ответственен за формирование в процессе познавательного опыта индивида его внутреннего мира. Ключевое слово здесь – познавательный опыт индивида. У каждого человека свой неповторимый, индивидуальный познавательный опыт, определяющий развитость когнитивного параметра, в частности; в целом коммуникативной личности. Чем солиднее познавательный опыт человека, находящийся в прямой связи с прочитанными книгами, тем продуктивнее он применяет знание коммуникативных кодов, обеспечивая адекватное восприятие смысловой и оценочной информации, и соответственно воздействие на партнера в зависимости от коммуникативной установки. Рассмотрим это с точки зрения профессии специалиста социально-культурного сервиса и туризма. Познавательный опыт для представителя этой профессии заключается в следующем: непосредственное посещение туристической зоны, фиксирование мнений туристов о том или ином курорте. Чтение художественной литературы, подобной «MESSAGE: ЧУСОВАЯ» А. Иванова, расширяет диапазон возможностей, конструируя из совокупного познавательного опыта необходимые навыки специалиста. Трудно определить стиль этого произведения: оно объединяет в себе воедино: и документальные факты, и исторические, и географические описания, даже мифологию. В ней описывается история некогда могучей уральской реки Чусовой, от истока до устья, а ныне репрезентирующей цивилизацию индустриального Урала.

Чтение этой книги, а также аналогичных произведений, учит анализировать факты, необходимые для профессионального становления. Отчасти это объясняется тем, что это книга художественного стиля, а художественный стиль – это стиль, предполагающий свободную интерпретацию. Каждый ее прочтет по-своему, в зависимости от жизненного опыта. В частности, для нас, как будущих специалистов, можно использовать факты, которые в будущем помогут грамотно рекламировать Чусовую, как туристический маршрут. Для кого-то это подробный путеводитель по реке, а для екатеринбуржца или пермяка – это историческая книга об истории их городов. Читая подобные книги, специалист сервиса и туризма, неизменно приобретает познавательный опыт, необходимый для будущей деятельности. Река Чусовая – прекрас-

ное место для любителей промышленного туризма, так как на ее берегах много заброшенных промышленных мест, которые можно использовать для этих целей. Есть прекрасная туристическая зона и для спелеологов: пещеры там хоть и не очень глубокие, но достаточно интересные, в том числе и с исторической точки зрения. У нас в России много прекрасных мест для отдыха и туризма, но люди этого не ценят. Мы, специалисты сервиса и туризма, призваны открывать эти места, работая на развитие внутреннего туризма; а такие книги, как «MESSAGE:ЧУСОВАЯ» А. Иванова, помогают нам в этом.

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
УСПЕШНОГО АУДИРОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ
ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ
ШКОЛЬНИКОВ 5–9 КЛАССОВ)**

Смаковская Д.Ю., Смаковская Н.И.

*ГОУ СПО «Дзержинский педагогический колледж»,
Дзержинск, Россия*

Аудирование – процесс восприятия и понимания речи (в том числе и иностранной). Сложность аудирования, как особого вида речевой деятельности, заключается в том, что в реальной практике речевого взаимодействия существует необходимость понимания незнакомого текста с первого предъявления, а также в ситуации, когда зачастую мы лишены возможности «приспособить» стиль изложения говорящего человека под свое понимание.

Эффективность развития умений воспринимать иноязычную речь на слух достигается лишь при соблюдении определенных психологических, национально-культурологических, методических условий учебного взаимодействия. В данных тезисах, выполненных на основе нашей выпускной квалификационной работы, мы остановимся на психологических проблемах освоения аудиоконтента.

Исследования показали большую зависимость темпа речи от ситуации общения, ритма, ударений, пауз. Из экспериментальных исследований известно, что при скорости восприятия, равной 225 – 250 словам, происходит быстрое утомление и значительная потеря информации, хотя разборчивость слов у слушающих сохраняется до конца. Фрагментарность и приближенность понимания объясняется усиленным редуцированием звуков, отсутствием пауз между смысловыми кусками, дефицитом времени на осознание смысла текста (Г.В. Шеффер). Слишком медленный темп речи также мешает успешному освоению контента, так как при таком предъявлении растягивается фаза восприятия, внимание слушающего отвле-

кается с содержания на форму, затрудняется процесс синтезирования, снижается эмоциональный тонус, ослабляется произвольное внимание. Экспериментально доказано, что увеличение темпа предъявления в известных пределах ускоряет прием информации.

При обучении аудированию немаловажную роль играет повтор текста. Однако исследователями утверждается, что неоднократное предъявление сообщения в неизменном виде можно считать обоснованным лишь в случае, если преследуется цель запоминания формы речевого сообщения (В. И. Самохвалова). Более глубокому пониманию смысла текста способствует диверсификация его формы, продолжительности звучания при повторных предъявлениях (результаты экспериментальных данных).

Отметим, что рекомендации относительно объема речевого сообщения, определяемого продолжительностью звучания послания, в большинстве своем основываются на опыте преподавателей, а не на точных экспериментальных данных, поскольку объем речевого сообщения не является постоянным и зависит от совокупности объективных и субъективных факторов. Под этими факторами понимаются: этап обучения, сложность речевого сообщения, специфика источника информации, характера последующей работы с аудиотекстом и ряд других факторов.

Экспериментальные данные показывают, что оптимальным по объему принято считать текст, звучащий до трех минут (450 слов в английском языке), т.к. он не превышает возможности учащихся в удержании информации. Отметим, что утомляемость у учеников данного возраста наступает после 35 минут от начала занятия, поэтому наиболее продуктивными следует считать первые 20 минут от начала занятия.

Качественность усвоения текста зависит от характера аудиотекста, восприятие которого само по себе представляет большие сложности. При отборе текстов для обучения аудированию мы следовали представленным далее рекомендациям:

- ясность, простота текста, предполагающая легко обозримое действие со строгой причинностью;
- содержание текста должно быть деловым и свободным от сентиментальности;
- в тексте должно быть минимум диалогов;
- тексты не должны быть написаны от первого лица;
- текст должен содержать определенную проблему.

В процессе подготовки выпускной квалификационной работы, в ходе учебной практики нами были уточнены и апробированы упражнения по развитию навыков аудирования у обучающихся (табл. 1).

Таблица 1

Примеры упражнений по развитию навыков эффективного аудирования

Вид упражнения	Содержание упражнения
Упражнения на развитие речевого слуха	<ul style="list-style-type: none"> • визуализация иноязычного контента (печатный текст, иллюстрации, репродукция, видеоряд); • аудирование на узнавание слов, структур; • извлечение конкретной информации путем заполнения пропусков; • реакция действием на определенную информацию, например, хлопнуть, встать, показать карточку.
Упражнения на тренировку памяти	<ul style="list-style-type: none"> • подготовительное аудирование (согласиться/опровергнуть утверждение после прослушивания текста); • прослушать текст, а затем сравнить его с печатным и найти расхождения; • запомнить все даты, имена, географические названия и повторить их в той же последовательности; • прослушать слова и сгруппировать их по какому-либо принципу; • прослушать слова и повторить лишь те, которые относятся к какой-либо одной теме.