

УДК 491.7: 371.3

Формирование коммуникативной компетенции студентов-филологов в преподавании дисциплин специализации

Е.В. Осетрова*

*Сибирский федеральный университет
Россия 660041, Красноярск, пр. Свободный, 79¹*

Received 14.12.2009, received in revised form 21.12.2009, accepted 28.12.2009

В статье обсуждаются компетенции, определяющие владение устным и письменным общением в новейших условиях общества информационного типа, а также конкретные методические техники, направленные на их формирование: диалогизация лекционного общения, эссе, ролевые игры, аналитическое наблюдение и т.п. Основой данных методик является опыт преподавания двух авторских курсов – «Речевой имидж» и «Слухи в современной языковой действительности».

Ключевые слова: компетентность, коммуникативные компетенции, эссе, работа с образцом, квалификация текстов, речевой имидж, слухи.

Введение

По утверждению Л.В. Черепановой, с которым трудно не согласиться, в последнее десятилетие образование в России ознаменовалось сменой парадигмы: со знаниевой на компетентностную. Под компетенцией в данном случае понимается совокупность знаний, умений, навыков и способов деятельности, а также ценностных ориентаций, формирующихся у учащихся в результате изучения ими любого предмета.

Сегодня главным результатом обучения должны стать даже не предметные, а надпредметные, или ключевые, компетенции (Черепанова, 2007: 83–84). За рубежом такие компетенции уже выделены. В 1996 г. Совет Европы определил пять групп ключевых

компетенций, значимых для образовательной сферы (Шишов, Кальней, 2000).

Особенно важно для всех последующих рассуждений, что две из них соотносятся с филологией и прямо свидетельствуют о ее чрезвычайно высоком социальном и образовательном статусе. Речь идет, прежде всего, о группе компетенций, определяющих **владение** устным и письменным **общением**, значимых в работе и общественной жизни до такой степени, что тем, кто ими не обладает, грозит изоляция от общества. А кроме того – о компетенциях, связанных с возникновением **общества информации**. Знакомство с новыми технологиями, понимание их силы и слабости, способность критического отношения к распространяемой по каналам СМИ ин-

* Corresponding author E-mail address: osetrova@yandex.ru

¹ © Siberian Federal University. All rights reserved

формации и рекламе жизненно необходимы любому, кто мыслит себя успешным или, по крайней мере, встроенным в жизнь человеческого коллектива.

Автор данной статьи разработал и в течение ряда лет читает учебные курсы, которые и своим содержанием, и методикой преподавания нацелены, по сути, на формирование этих компетенций. Спецкурс «Речевой имидж» в качестве одной из главных идей развивает **идею содержательного, успешного и разнообразного общения**, а в рамках дисциплины по выбору «Слухи в современной языковой действительности» описывается **система новейших каналов массовой информации и коммуникации** в их взаимосвязи с древнейшим и одним из самых традиционных способов массового речевого взаимодействия, представленного слухами.

В соответствии с пониманием термина «компетенция», приведенным выше и явно разделенным на 1) смысловую («знания») и 2) формальную, или технологическую («умения, навыки, способы деятельности»), составляющие, дальнейшее описание формирования коммуникативно-компетентного подхода у студентов-филологов Сибирского федерального университета последовательно включает содержательную основу курсов, а также описание и образцы некоторых методических приемов из области педагогической практики.

Курс «РЕЧЕВОЙ ИМИДЖ»

«Речевой имидж» – это учебный курс, разработанный автором и с 1998 г. неоднократно читавшийся для студентов филологов и журналистов Красноярского государственного университета (с 1 января 2007 г. – Сибирского федерального университета). Его **содержательную базу** составили, с одной стороны, социолингвистические исследова-

ния языковой личности, а с другой – практика общественных взаимоотношений, в частности, многочисленные отечественные и зарубежные разработки по созданию публичного имиджа; см. об этом: Осетрова, 2004.

Структура всего курса подчинена логике «от общего к частному».

В первой части курса обсуждается содержание проблемы в целом: понятие и структура имиджа, история вопроса, национальный менталитет и его влияние на восприятие и формирование имиджа; во второй – речевой аспект образа личности и его понимание автором курса. Кроме традиционных речевой и языковой культуры, здесь особо выделены коммуникативная компетентность и речевая самостоятельность, которые очевидно являются свидетельством свободной, гибкой и творческой личности.

Одной из интереснейших и важнейших на нынешний день сфер общения – политической, в которой публичное языковое поведение, безусловно, влияет на карьеру, – посвящены 3–5 разделы курса: «Речевой имидж политика во властной сфере», «Властная коммуникация и ее роль в формировании речевого имиджа власти», а также «Политические технологии и технологи». На материале опубликованных мемуаров, текстов предвыборных кампаний и СМИ анализируется языковое поведение политиков российского масштаба и красноярских региональных политиков. При этом активно используется модель описания «от содержания – к форме», предложенная Т.В. Шмелевой (Ключевые слова, 1993): концепты, лозунги, модели настоящего, прошлого и будущего; жанровый состав текстов, коммуникативное амплуа, принципы диалогичности и правдивости как составляющие образа.

В заключении нарисована общая картина властной коммуникации и, таким образом,

продемонстрирована динамика «внедрения» речевого публичного образа. В центре внимания оказывается не только общение «властей» и «народа», но и опосредованное восприятие имиджа через средства массовой информации, Интернет и канал распространения слухов. Как особые участники властного взаимодействия выделены, кроме того, журналист, политический оппонент и избиратель, которые часто играют коммуникативную роль интерпретатора, а также политический технолог (политический консультант) и имиджмейкер, выступающие в коммуникативной роли посредника-профессионала. Два последних субъекта участвуют в прямом и опосредованном формировании публичного имиджа особо активно, влияя на реализацию того или иного сценария общения, речевые жанры и текстовые фактуры. Они используют все известные технологии языкового манипулирования, начиная от речевой агрессии и компромата и заканчивая информационными войнами и черным PR.

Важно заметить, что в содержании курса особо выделен региональный аспект: студенты подробно знакомятся с речевыми портретами А.В. Усса, А.И. Лебеда и А.Г. Хлопонина – политиков, сыгравших значительную роль в новейшей истории Красноярского края.

Конкретные **умения и навыки**, составляющие формальную сторону коммуникативной компетенции, создаются в рамках данного курса на базе трех методических техник.

Прежде всего, разработана специальная, сопровождающая теоретическую часть курса серия ПРАКТИЧЕСКИХ ВОПРОСОВ и ЗАДАНИЙ. Логика их освоения такова, что предполагает, прежде всего, интеллектуальные усилия студента, связанные с пониманием и интерпретацией современных текстов, а уже затем – испытание его в качестве участника общения: рядовой практика (говоряще-

го и слушающего), посредника (имиджмейкера) либо аналитика (журналиста, эксперта).

Далее приведены образцы используемых заданий.

1. Книги «Имидж мужчины» и «Имидж женщины» М. Спиллейн предложены для изучения по теме «Имидж как объект современного гуманитарного знания». Познакомьтесь с ними и перечислите ситуации, в которых успешный публичный образ человека оказывается одной из важнейших составляющих коммуникации. Расширьте список ситуаций своими примерами.
2. Какие черты национального менталитета, с вашей точки зрения, должны быть учтены при создании имиджа российского политика, бизнесмена, поп-звезды и т.д.?
3. Известны ли вам случаи (в том числе из литературы), когда незнание национальных символов поведения приводило к более или менее существенным проблемам в общении?
4. Критически опишите свой речевой имидж.
5. «Нарисуйте» речевой портрет слушающего: тинэйджера, вашего друга, пожилого родственника, преподавателя, известного радио- либо телеведущего. Учитывайте типичные вербальные и невербальные реакции, жесты, движения, расположение в пространстве. Оцените поведение с точки зрения его успешности / неуспешности.
6. По материалам учебного пособия Е.В. Осетровой «Речевой имидж» изучите содержание речевого имиджа трех красноярских политиков: А. Лебеда, В. Зубова и А. Усса. Каким, с вашей точки зрения, должен быть образ иде-

ального российского «властителя»? Опишите его важнейшие составляющие.

7. В какой из сфер современной коммуникации услуги имиджмейкера предпочтительны или даже необходимы, а в какой человек «выстраивает» свой образ самостоятельно?
8. Испытайте себя в роли имиджмейкера. Выберите из числа одноклассников «клиента», изучите его личностные данные (внешность, поведение, речевой имидж) и попытайтесь откорректировать их в направлении социальной успешности.

Если приведенные вопросы и задания призваны формировать у студентов умения и навыки устной коммуникации, учить их осмысленно вести себя в пространстве публичного общения, то вторая методическая техника, в основе которой лежит создание ЭССЕ, обращена к письменной речи.

По завершении курса слушателям предлагается список тем:

1. Естественный и искусственный имидж.
2. Я и мой речевой имидж.
3. «По одежке встречают – по уму провожают»: забытая традиция или современный постулат?
4. Языковая личность и речевой имидж: в чем разница?
5. Языковые привычки и слова-паразиты.
6. Влияние речевого имиджа на социальную успешность человека.
7. Коммуникативная компетентность и речевая свобода: достигим ли результатов?
8. Кто создает имидж?
9. Может ли филолог стать имиджмейкером?

10. Что важнее для политика – образцовый язык или умение общаться?

11. Российская власть и услуги лингвистической экспертизы.

12. Филолог при власти: миф или реальность?

Выбрав одну из тем, студент создает небольшой творческий текст. Непременными требованиями к нему являются выражение собственной точки зрения в рамках сформулированной проблемы и использование в рассуждениях содержания прослушанных лекций и рекомендованных источников.

Эссе – новый жанр учебного контрольного задания, заимствованный из практики европейского и американского образования. Оно развивает привычку самостоятельного мышления, четкого оформления собственных идей и помогает бороться с компиляцией и плагиатом, ставшими устойчивой характеристикой многих отчетных текстов российских студентов. Содержание курса «Речевой имидж», которое во многом нацелено на практику и провоцирует слушателей на формирование собственного мнения по ряду вопросов, как нельзя более точно соответствует данной контрольной методике.

Наконец, третьим обучающим приемом здесь следует назвать РАБОТУ С ОБРАЗЦОМ речевого имиджа. Автор статьи использует для этого видеозапись встречи действующего губернатора Красноярского края А.Г. Хлопонина с общественностью Красноярского государственного университета 22 марта 2006 г. (подробный лингвистический анализ данного текста представлен в (Осетрова, 2007: 124–138). Суть данной методики состоит в следующем.

На отдельном занятии после знакомства с видеозаписью (22 мин.) студенты обеспечиваются печатной расшифровкой всего диалога и специальной анкетой.

1. Какие речевые жанры использует губернатор и какие предпочитает: информирующие, оценивающие, побуждающие?
2. Соблюдает ли А.Г. Хлопонин правила речевого поведения? Отвечая на вопрос, проставьте «да», «нет», «ситуативно» в таблице. Устно приведите примеры.

Правило	Оценка
Будь правдив	
Не говори неприятностей / грубостей	
Не будь категоричен	
Говори точно	
Говори просто и ясно	

3. Насколько хорошо учитывает А.Г. Хлопонин конкретную ситуацию общения и конкретного адресата? Оцените это умение по пятибалльной шкале. Аргументируйте свою оценку.
4. Монолог или диалог оказываются главными в этой встрече?
5. Насколько грамотно говорит губернатор? Если вы заметили ошибки, приведите их.
6. Как губернатор настроен в отношении к аудитории: дружелюбно или агрессивно?
7. Как настроена аудитория: доброжелательно, нейтрально, критично, уважительно?
8. Как ощущает себя университетская публика: выше, ниже либо на одном уровне с губернатором?
9. Чувствуется ли в вопросах желание задеть или уличить губернатора в некомпетентности, то есть манипулировать им?
10. О чем спрашивают губернатора? По адресу ли задаются вопросы?

Отвечая на эти вопросы, каждый должен реконструировать портрет ведущего красноярского политика в двух его составляющих – языковые особенности и речевая манера. Ценность работы состоит в детальном наблюдении за живой речью и возможности ее профессиональной оценки, тем более, что предлагаемый текст является во многом очень удачным образцом коммуникации. Будущие филологи могут попробовать себя в роли аналитиков и имиджмейкеров, выявляя специфику спонтанного речевого поведения губернатора.

Опыт показывает: аудитория реагирует на предложенное задание в высшей степени активно и оценивает такой вид занятий как один из самых интересных и эффективных. Причина этого коренится в том, что **студенты получают редкую возможность проявить себя в качестве если не профессионалов, то, по крайней мере, практиков, то есть занять социальную и коммуникативную позицию «взрослого» члена общества.**

Курс «СЛУХИ В СОВРЕМЕННЫЙ ЯЗЫКОВОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ»

В последние два десятилетия общим местом стало признание активной демократизации (как вариант – либерализации) русского языка, вызванной к жизни перестройкой и российскими реформами. В связи с этим в преподавании лингвистики появился новый акцент: специалисты пришли к необходимости знакомить студентов не только с нормой и системой функционирования в современной речи. Курс «Слухи в современной языковой действительности», который с 2005 г. слушают филологи и журналисты Сибирского федерального университета, – конкретный пример данного подхода.

В основу **содержания** и логики курса положен речеведческий принцип описания, ко-

торый сформулирован Т.В. Шмелевой (Шмелева, 2005: 38–45). Суть его в следующем: для воссоздания объективной картины существования любого языкового факта следует анализировать, помимо языковой природы и формы, еще способы его реализации в тексте и особенности функционирования в речи (шире – коммуникации). Феномен слухов и их лингвистическая практика подтверждают справедливость этой идеи, а структура курса соответственно включает три основных раздела.

Прежде всего, слухи определяются здесь как канал массового распространения информации наряду со СМИ и Интернетом. Древнейший из известных информационных каналов, он имеет ряд специфических характеристик, например устность (Рождественский, 1979) и принципиальную анонимность обращающихся внутри него текстов (Прозоров, 1998: 73–78). Суть работы данного канала состоит в цепочечном и/или веерообразном принципе обращения информации (формулировка В.В. Прозорова), когда человек, оказавшись однажды адресатом, уже в следующий момент становится посредником в ее передаче третьему лицу. Текст в таком случае как бы самотранслируется, не требуя никаких специальных усилий для распространения (Почепцов, 2001: 487–497). В результате слухи – наиболее традиционный, универсальный, простой и доступный для населения канал коммуникации. И что, пожалуй, самое важное – единственный, в работе которого рядовые члены общества участвуют активно (роли редактора, эксперта и менеджера). Они оказываются в этом случае не просто адресатами некоего «послания», но деятельными со-участниками общения. Если принять такую систему рассуждений, становится понятным, почему слухам доверяет население: они оцениваются как авторитетный,

единственно до конца освоенный, то есть «свой» канал массовой коммуникации.

Слухи как тексты рассматриваются здесь на материале российских СМИ. Бытовое содержание и бытовые жанры активно проникают в эту сферу. Воцаряются там и слухи: они значительно разнообразят общее поле анонимности, приобретают собственные маркеры и вступают в «диалог» с другими субъектами речи: автором и экспертом. Актуальность отсюда представляют рассуждения о функциях слухов-текстов в СМИ.

В первую очередь выделяются собственно информационные функции слухов. Задача транслятора состоит в стремлении удовлетворить информационную потребность или информационный интерес массового читателя или зрителя. Это достигается благодаря особым свойствам рассматриваемого объекта – его актуальности и сенсационности соответственно. Чрезвычайно важно и то, что «слуховые» фрагменты помогают более эффективно организовать пространство общения масс-медиа. Соответственно выделяются четыре функции коммуникативной природы: развития (моделирования) диалога, оценочная функция, функция вуалирования и функция причастности.

Введение слухов в СМИ не должно оцениваться исключительно отрицательно, только как наступление на достоверность факта и воздействие на мнение массовой аудитории. Во многих случаях использование данного контекста позволяет делать сообщение с функциональных позиций информативно привлекательным, диалогичным и более эмоциональным. Иными словами, привнося в текст особую содержательную и коммуникативную интригу, характерную для слухов как таковых, публичный автор усиливает его общую привлекательность.

Наконец, языковая природа феномена обсуждается с позиций семантического синтаксиса: образ слухов в языковой картине мира реконструирован на примере газетных, журнальных публикаций, а также художественных произведений Б. Акунина (десяти известных романов цикла «Приключения Эраста Фандорина»). Изучение этого последнего источника позволяет продемонстрировать студентам языковой образ ситуации «распространения анонимной информации»; типичный ее пример – фрагмент из романа «Любовник смерти»: *Про Князя (тема) Сенька (получатель), само собой, слышал. <...> Про Князя кто ж не слышал? (восприятие) Самый рискованный на всю Москву налетчик (каузация). На рынках про него говорят, в газетах пишут (трансляция).*

В индивидуальной авторской картине мира ситуация нарисована в общем достаточно сложно и включает шесть элементарных фаз-пропозиций. Располагаясь в естественном порядке, они представляют следующую цепочку: каузация – трансляция – восприятие – существование – экспертиза – и следствие. В большинстве случаев автор ориентируется на одну из трех центральных фаз, которая и становится языковым «представителем» ситуации в тексте, выраженная соответствующими предикатами; ср.: *говорили, что..., мне доводилось слышать..., всем известно, что...*

Можно сказать, что **центральная со-держательная идея обсуждаемого курса является идеей динамической по своему качеству, а поэтому напрямую связанной именно с коммуникацией.** Слушателям предлагается взглянуть на привычное для них явление речевой жизни с нестандартной позиции – понять, насколько активно традиционные слухи внедряются в пространство новейших каналов массовой коммуникации,

влияют на их содержание, изменяют схемы их обращения и оценочный модус.

Что касается **компетентностных умений и навыков**, они, как и в рамках предыдущего курса, создаются здесь с помощью совершенно конкретных приемов.

Для того чтобы будущие специалисты-филологи «почувствовали» материал, в качестве обязательного задания им предлагается СБОР и КВАЛИФИКАЦИЯ ТЕКСТОВ. Каждый составляет «картотеку слухов» (50 единиц), индивидуально подобранных в различных пространствах современной коммуникации; имеются в виду телевидение, радио, периодическая печать, Интернет и бытовая сфера. Чрезвычайно интересно и полезно наблюдать за тем, как один и тот же слух, оказавшийся в разных условиях, кардинально меняет свой «внешний вид», да и свое содержание. Это тем более важно, что главным объектом филолога, его профессиональным инструментом является текст во всем разнообразии фактур и проявлений.

Другой способ налаживания обратной связи с аудиторией – инициирование АКТИВНОГО ОБЩЕНИЯ. На лекционных занятиях приветствуется любая ответная реакция: студенты могут не только спрашивать, но и высказывать собственные суждения по поводу услышанного. В завершение они должны приготовить вопросы и (или) сформулировать проблемные «участки» темы, которые становятся базой их зачетной беседы с преподавателем, например:

1. В чем различие фольклорных текстов и текстов слухов?
2. Можно ли газетные слухи назвать самостоятельным речевым жанром?
3. Насколько маркер *говорят, что...* связан с содержанием приметы?
4. Каковы временные параметры слухов?

5. Объясните разницу между молвой и слухом, слухом и сплетней.
6. Эффективность использования слухов в PR-деятельности, в частности, в период выборных кампаний и при формировании публичного имиджа.
7. *Молва, слухи, «сарафанное радио», сеть* – разница и сходство понятий.
8. Все ли маркеры недостоверной информации используются как маркеры слухов?
9. Как определить степень достоверности слуха?
10. Насколько эффективен слух как манипулятивная технология?
11. В каких содержательных отношениях находятся между собой анонимность, недостоверность и слухи?
12. Какие типы текстов, кроме слухов, распространяются сегодня по каналу массовой анонимной информации?

Выводы

Итак, формирование коммуникативной компетенции студентов-филологов в преподавании двух охарактеризованных

курсов включает три взаимосвязанных этапа.

1. Прежде всего, оно базируется на содержании курсов, которое, в свою очередь, расположено в области филологической практики: «Речевой имидж» посвящен теме успешного общения, а «Слухи в современной языковой действительности» раскрывают структуру и динамику коммуникативного пространства, в которое каждый человек погружен ежедневно.

2. Понимание и усвоение этого содержания происходит с помощью специально разработанных методических техник: эссе, инициативный проблемный вопрос, работа с видеообразцом, сбор и аналитическая обработка текстов, задания деятельностного типа.

3. Таким образом, и содержательная, и формальная стороны учебного процесса нацелены на развитие у студентов **активной коммуникативной** (и через это – социальной) **позиции**, позиции не только слушающего или читающего, но **говорящего и пишущего**; не только воспроизводящего, но и **производящего собственные идеи и тексты**.

Список литературы

- Ключевые слова текущего момента: материалы к спецкурсу. – Красноярск, 1993.
- Осетрова Е.В. Речевой имидж: учеб. пособие / Е.В. Осетрова – Красноярск, 2004.
- Осетрова Е.В. Губернатор Красноярского края: наброски к речевому портрету / Е.В. Осетрова // Российский лингвистический ежегодник. – 2007. – Вып. 2 (9). – С. 124–138.
- Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. – М.; Киев, 2001.
- Прозоров В.В. Молва как филологическая проблема / В.В. Прозоров // Филологические науки. – 1998. – № 3. – С. 73–78.
- Рождественский Ю.В. Введение в общую филологию / Ю.В. Рождественский. – М., 1979.
- Черепанова Л.В. Обучение русскому языку сквозь призму компетентностного подхода / Л.В. Черепанова // Российский лингвистический ежегодник. – 2007. – Вып. 2 (9). – С. 83–91.
- Шишов С.Е. Школа: мониторинг качества образования / С.Е. Шишов, В.А. Кальней. – М., 2000.
- Шмелева Т.В. Словесность в свете интеграции и дифференциации / Т.В. Шмелева // Педагогика, психология, словесность. – Великий Новгород, 2005. – С. 38–45.

The Formation of Students Communicative Competence (Teaching Philology Specializations)

Elena V. Osetrova

*Siberian Federal University,
79 Svobodny, Krasnoyarsk, 660041 Russia*

In the paper there is analyzed competence which is the most important for successful communication in modern society and – in this connection – discussed some training techniques: dialog, essay, role games, text analysis. The basic of consideration is author's experience – teaching of two courses «Language image» and «Rumor in modern language reality».

Keywords: competence, communicative competence, essay, analysis of model, text qualifying, language image, rumor.
