

Исаев Евгений Анатольевич

ПРОБЛЕМА ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ САМООРГАНИЗАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТА

Статья посвящена проблеме поликультурной самоорганизации языковой личности современного студента, его культурному самоопределению. Обсуждаются психолого-педагогические аспекты проблемы, потенциал иностранного языка как дисциплины, изучаемой студентами всех направлений подготовки, а также технологии и приемы, позволяющие достичь поставленной цели.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/7-1/22.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 7 (37): в 2-х ч. Ч. I. С. 84-86. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/7-1/

© 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: voprosy_phil@gramota.net

УДК 372.881.1

Педагогические науки

Статья посвящена проблеме поликультурной самоорганизации языковой личности современного студента, его культурному самоопределению. Обсуждаются психолого-педагогические аспекты проблемы, потенциал иностранного языка как дисциплины, изучаемой студентами всех направлений подготовки, а также технологии и приемы, позволяющие достичь поставленной цели.

Ключевые слова и фразы: языковая личность; поликультурная самоорганизация; самоопределение; обучение иностранному языку в вузе; технологии; приемы.

Исаев Евгений Анатольевич, к. пед. н.

*Елецкий государственный университет имени И. А. Бунина
evg77237009@yandex.ru*

ПРОБЛЕМА ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ САМООРГАНИЗАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТА ©

Наиболее значимой характеристикой XXI века является глобализация. Происходит сближение народов, становление единого взаимозависимого мира, в рамках которого расширяются экономические, политические и культурные связи между странами. В данных условиях изменяется и само общество. Оно становится поликультурным, для него актуально как развитие ряда универсальных, глобальных характеристик, так и сохранение самобытности культуры каждой отдельно взятой этнической группы. Данные тенденции породили проблему поликультурной самоорганизации языковой личности, заключающуюся в формировании личности нового типа, способной быть динамичной, постоянно меняться в зависимости от условий существования и сотрудничества с другими людьми, осуществляющегося в рамках несовпадающих национальных стереотипов мышления и поведения, различающихся культурно-языковых картин мира, особенных психологических характеристик. Наряду с этим личность должна быть культурно самобытной, ответственной за собственную жизненную траекторию, а также «обладать собственными, уникальными, присущими только ей механизмами самоанализа и анализа представлений других культурных общностей, как о миропорядке, так и о способах сосуществования в нем» [3, с. 6].

Все перемены в обществе нашли свое отражение в российской системе высшего образования. Образовательный процесс в высшей школе рассматривается как переход из сферы репродуктивного обучения в сферу автономности психических состояний и активного сознания, не доступных ни прямому, ни опосредованному внешнему воздействию (Б. Г. Ананьев, Н. В. Кузьмина). Решающее значение принадлежит контролю со стороны самого студента за собственными действиями, полному самосознанию им целей и следствий своей деятельности в поликультурной среде, где поликультурная самоорганизация – процесс, представляющий изменения структуры отношений отдельно взятых элементов системы или их групп, которые сопровождаются качественными изменениями самих элементов (Н. А. Афанасьева).

На рубеже XX и XXI в. наука вступила в новую – постнеклассическую – стадию своего развития (В. И. Аршинов, М. Д. Ахундов, Л. Б. Баженов, В. С. Степин и др.), в рамках которой ориентация на синергетическое движение – это ориентация на диалог. Поэтому поликультурная самоорганизация – это процесс мобилизации и структурирования языковой личности студента своих способностей, качеств, умений строить диалог культур при осуществлении профессиональной функции. С деятельностной точки зрения, поликультурную самоорганизацию следует рассматривать «как неограниченную последовательность динамических процессов разнообразного свойства (самонаблюдения, самоидентификации, самоанализа, саморегуляции, самомотивирования), когда под влиянием различных обстоятельств требуется переструктурирование (управляемого или неуправляемого) компонентов системы, внесение новых элементов для ее оптимального состояния» [2, с. 154]. С результативной точки зрения, поликультурная самоорганизация языковой личности студента – это качество, выражающееся в развитии ее кросс-культурной сферы, глобального отношения к культуре, а также ее культурного самоопределения. Культура, являясь «средой, растящей и питающей личность» (П. Флоренский), «средством, с помощью которого человек обретает самого себя» (В. В. Воробьев), обеспечивает движение, вектор развития поликультурной самоорганизации.

В российском научном дискурсе изучаются такие виды самоорганизации, как профессиональная, биологическая, техническая, социальная и др. Поликультурная самоорганизация является одним из видов личностной самоорганизации, предполагает конкретную деятельность, рамки которой определяются культурой. За рубежом поликультурная самоорганизация исследуется, прежде всего, с социологических позиций. Культурные различия, изменения, происходящие в национальных культурах, обуславливают организационную модель взаимодействия, решая проблему национального самосохранения в мультикультурном мире (Е. L. Deci, G. Hofstede, R. M. Ryan).

Сущность и возможности языковой личности как обобщенного образа носителя ценностей, знаний, установок и форм поведения активно раскрываются с философских, лингвистических, социолингвистических, психологических аспектов билингвизма (А. А. Залевская, О. А. Колыханова, Е. К. Черничкина). Остается без внимания со стороны ученых природа поликультурной самоорганизации языковой личности студента.

Между тем, языковая личность студента – это субъект диалога культур с высоким уровнем сформированности когнитивных и коммуникативных основ межкультурного взаимодействия. Именно языковая личность имеет поликультурный вектор развития идей и качеств, необходимых для коммуникации с людьми разных национальных сообществ и для творческого подхода к будущей профессиональной деятельности. Поскольку личность с точки зрения синергетического подхода – это самоорганизующаяся система в культуре, то наличие способности к познанию, рефлексии и саморефлексии, выработке ценностного отношения, а также поиска своего места в многообразии культур характерно и для языковой личности.

Отметим, что на протяжении всей истории изучение языков рассматривалось как безусловный элемент образования культурно развитой личности. Именно иностранный язык, являющийся обязательным компонентом профессиональной общекультурной компетенции студентов всех направлений подготовки, «создает образ себя, мира, своих действий в мире» [1, с. 68], формирует понятийное мышление человека, опосредует развитие всех его высших психических функций и является основным способом человеческого общения, социализации и приобщения языковой личности к культурно-историческим ценностям. Поэтому обучение иностранному языку студентов мы рассматриваем как механизм формирования поликультурной самоорганизации языковой личности студента.

Практика свидетельствует об эффективности использования педагогических средств, обеспечивающих поликультурное развитие студентов через их приобщение к культурному многообразию современного мира. К таким средствам можно отнести билингвальное обучение, диалог, дискуссию, ролевые игры и пр. Данные формы работы мы используем с учетом конкретных педагогических задач: при самоидентификации личности результативны исторические рассказы, изучение местных обычаев, этикета; при освоении понятий культуры и поликультурности – лекции, беседы, работа с литературными источниками; при развитии навыков межкультурного общения – диалоги и пр. Данные идеи нашли отражение в разработанных и апробированных нами технологиях погружения в культуру и самопрезентации, ориентированных на поликультурную самоорганизацию языковой личности студента.

Как известно, для технологии характерно разделение процесса на взаимосвязанные этапы, координированное и поэтапное выполнение действий, направленных на достижение искомого результата и однозначность выполнения включенных в технологию процедур и операций. Технология погружения в культуру основана на принципах коммуникативности, диалога культур, культурного сравнения и позволяет закрепить у студентов уже имеющиеся позитивные сведения об иной культуре, увеличить их запас, сформировать ценностное положительное отношение, выработать навыки межкультурного общения, включающего понимание и принятие культурно-специфических форм других наций. Цель технологии – эффективно претворять в жизнь идеи гуманизма и равенства представителей всех народов и народностей в их повседневной жизни и профессиональной деятельности. Воплощением данной технологии является применение на занятиях по иностранному языку приемов, построенных на основе теоретического базиса технологии и направленных на развитие общекультурной осведомленности, получение знаний о национальной культуре инофона, осознание этноязыковой картины мира. К примеру, приемы «Культурное наследие нации», «Составь портрет», «Если бы я был...» получили широкое практическое применение. Студенты объединяются в микрогруппы и получают задание собрать информацию (на русском или иностранном языке, в зависимости от задачи и языкового уровня) о конкретной нации, выразить свое мировидение, отношение к той или иной культурной реалии. Затем предлагается обсудить наработанный материал и сделать сравнительную характеристику национально-психологических особенностей представителей различных культур. В итоге, с одной стороны, студенты развивают навыки речевого общения, а с другой – происходит процесс освоения тезауруса культурного наследия современного мира и актуальных социокультурных универсалий.

Назначение технологии самопрезентации состоит в том, чтобы с помощью специальных приемов сформировать языковую личность со своей культурной картиной мира, прийти к самопознанию и развить способность донести важную информацию до окружающих, аргументировано изложить свою позицию. Технология базируется на принципах проблемности, ориентированности на продукт, интегративности и автономности. Алгоритм технологии включает в себя планирование, реализацию содержания и презентацию досье языковой личности студента (научно-исследовательские работы, результаты участия в творческих, переводческих конкурсах, деловая документация – визитки, письма и другая деловая корреспонденция, оформленная студентами). Данный прием позволяет самостоятельно фиксировать и оценивать свои достижения в области овладения иностранными языками, а также обеспечивает самопознание и самоактуализацию языковой личности.

Итак, образование сегодня должно рассматриваться как формирование активного человека, способного к личностной самоорганизации, в том числе и поликультурной, т.е. к оптимальному самообразованию, более глубокому самоопределению с выраженной потребностью в актуализации и реализации познавательных, коммуникативных и организационных способностей.

Список литературы

1. **Карташова В. Н.** Формирование лингво-гуманитарной культуры учителя в сфере раннего иноязычного образования: монография. М.: Прометей, 2002. 287 с.
2. **Костромина С. Н.** Структурно-функциональная модель самоорганизации деятельности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика. 2010. Вып. 4. С. 153-161.
3. **Халяпина П. Л.** Методическая система формирования поликультурной языковой личности посредством Интернет-коммуникации в процессе обучения иностранным языкам: дисс. ... д. пед. н. СПб., 2006. 426 с.

THE PROBLEM OF STUDENT'S LINGUISTIC PERSONALITY MULTICULTURAL SELF-ORGANIZATION

Isaev Evgenii Anatol'evich, Ph. D. in Pedagogy
Bunin Yelets State University
evg77237009@yandex.ru

The article deals with the problem of the multicultural self-organization of the modern student's linguistic personality, his cultural self-determination. The psychological-educational aspects of the problem, the potential of foreign language as the discipline, studied by the students of all training directions, as well as the technologies and techniques helping to achieve the set goal are discussed.

Key words and phrases: linguistic personality; multicultural self-organization; self-determination; teaching foreign language in higher educational institution; technologies; techniques.

УДК 8; 81-11

Филологические науки

Статья раскрывает содержание понятия «медиашум», которое получает все более широкое распространение в медиалингвистике для обозначения информации, не обладающей пользой и ценностью для индивида в данный момент времени, полученной посредством медиаканала. Предпринимаются многочисленные попытки систематизировать новое явление для формирования новых научных теорий. Основное внимание автор акцентирует на различиях понятий «медиашум» и «информационный шум», выделяет цели создания медиашума, обосновывая разграничения видов нового явления, в том числе таких понятий как «медиаспам», «медиаповторы», «медиаиллюзии».

Ключевые слова и фразы: медиалингвистика; медиатекст; медиашум; медиаспам; медиаповторы; медиаиллюзии.

Кобрин Наталья Васильевна

г. Москва

kv-natalia@mail.ru

ПОНЯТИЕ МЕДИАШУМА В КОММУНИКАТИВНО-СОЦИАЛЬНОМ АСПЕКТЕ[©]

Стремительное развитие средств массовой информации и массовой коммуникации увеличивает объём речеупотребления. Медиатексты становятся одной из самых распространённых форм бытования языка, при этом количество медиатекстов продолжает постоянно расти по мере увеличения пользователей Интернета и распространения современных технологий в новые регионы и страны.

Понятие «медиатекст» (от лат. *media, medium* – средство, посредник) является основным теоретическим составляющим медиалингвистики. Согласно Т. Г. Добросклонской, текст – это сообщение, а медиатекст – это сообщение плюс канал [2]. Смысловое наполнение термина «медиа», с точки зрения М. Ю. Казак [3], позволяет называть медиатекстом любой носитель информации, начиная от наскальных рисунков, заканчивая современными феноменами технического прогресса.

Медиатексты рассчитаны на массовую аудиторию и окружают индивидов со всех сторон: телевидение, радио, печатные издания, Интернет – всё является поставщиками информации, важность и необходимость которой определяется извне и не зависит от внутренней интенции отдельного индивида. Следовательно, ключевым понятием в море информации становится «медиашум».

В общепринятом понимании медиашум (от англ. *media noise*) – это информация, не обладающая пользой и ценностью для индивида в данный момент времени. Необходимо отметить, что рассматриваемое явление является новым и пока не получило точного и однозначного определения. Влияние медиашума на когнитивные процессы индивидов пока еще недостаточно изучено.

Основным поставщиком медиашума являются современные медиа. Понятие медиашума не тождественно информационному шуму, так как первое – всегда осуществляется посредством канала: теле-, радио-, печать, Интернет. Информационным шумом может быть бытовое общение («сарафанное радио»), получение неважной информации от индивида индивиду в данный момент времени (слухи, домыслы и т.д.). В любом случае с точки зрения физиологии шум – это всякий неблагоприятно воспринимаемый звук. С точки зрения коммуникативной лингвистики медиашум – это получение/создание нежелательной, закодированной информации посредством медиаканала. Источник медиашума всегда может быть установлен (телепередача, радиопостановка, интернет-ресурс и т.д.), так, у закодированной информации всегда есть источник – «автор». Создание медиашума имеет коммуникативную, социальную, физиологическую и др. интенции: вызвать намерение совершить речевое нежелательное общение, вызвать страх, агрессию, депрессию, навязать поведение, ввести в заблуждение, ухудшить здоровье и т.д., т.е. медиашум – это всегда со знаком «минус». Индивиду начинает казаться, что все его поступки вызваны его интенцией, а не являются результатом «гипноза» медиашума. Использование в повседневной жизни слоганов из рекламы – яркий пример такого негативного влияния: *Just do it* («Просто сделай это» / *Nike*), *Impossible is nothing* («Невозможное возможно» / *Adidas*),