

УДК 37.0 + 316.7

## КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ОБРАЗОВАНИИ

*И. И. Барахович* (Красноярск)

*В статье раскрывается сущность различных коммуникативных стратегий в образовании, представлены принципы их построения, показано влияние выбора коммуникативных стратегий на развитие личностных смыслов, инновационных процессов, конкретизируются цели коммуникативных действий педагога.*

**Ключевые слова:** коммуникативные стратегии, сотрудничество, партнерство, кооперация, принципы построения коммуникации, цели коммуникации.

## THE COMMUNICATIVE STRATEGIES OF PROMOTION OF INNOVATIVE PROCESSES IN EDUCATION

*I. I. Barakhovich* (Krasnoyarsk)

*In the paper there are revealed the essence of various communicative strategies in education and principles of communicative strategies; there is described the influence of the choice of communication strategies on the development of personal meanings, innovative processes; the purpose of communicative actions of the teacher is elaborated.*

**Key words:** communication strategies, collaboration, cooperation, partnership, principles of communication, the purpose of communication.

Проблема коммуникаций, аспекты коммуникативного поведения человека являются предметом исследования таких дисциплин, как философия, социология, психология, лингвистика, культурология, педагогика. В связи с этим совершенно оправдано появление на междисциплинарном фоне теории коммуникации, которая рассматривает коммуникацию как целенаправленную деятельность в ее интенциональном и историческом аспектах; определяет виды и типологию коммуникаций; проводит функциональный анализ коммуникативной деятельности в знаковом контексте; конкретизирует модели коммуникативной деятельности; разрабатывает и формирует понятие коммуникативной личности, коммуникативные стратегии ее поведения и продвижения в рамках реализации коммуникативных и некоммуникативных целей.

Решение системы коммуникативных задач соответствует архитектуре коммуникативного поведения человека, участники коммуникации ре-

---

© Барахович И. И., 2012

**Барахович Ирина Ильинична** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры технологии и предпринимательства факультета физики и информатики, Красноярский государственный педагогический университет им. В. П. Астафьева.

E-mail: barakhovich-irina@yandex.ru

ализуют и корректируют свои действия для решения «сверхзадачи» (коммуникативной интенции, цели). «Сверхзадача и коммуникативные ходы соотносятся с понятиями стратегии и тактики» [1, с. 52]. Человек, вступающий в коммуникацию, в том числе профессиональную, осознает ее как способ достижения определенных заранее коммуникативных и некоммуникативных целей, которые влияют на качество коммуникативной деятельности людей и на их интеллектуальное развитие.

На эффективность коммуникации влияет ее риторический аспект в историческом, национальном и социальном контекстах. В условиях смены общественно-политического стиля в России «создание новой идеологии, морали, нового стиля жизни невозможно вне риторического творчества. Благополучие будущей жизни не может не зависеть от языка, а практическим языком как раз и заканчивается риторика» [2, с. 333].

Обосновывая значимость теории коммуникации, Г. Г. Почепцов образно называет ее «принцессой» современного общественного развития в сравнении с «падчерицей советского периода» и подчеркивает, что «общество стало более зависимым от коммуникаций», так как «потребитель информации перемещается с пассивных на активные позиции», и приводит новую характеристику человека – «человек хочет быть услышанным» [3, с. 12].

Неоспорим тот факт, что цели и результаты коммуникативных процессов, разворачивающихся в современном обществе и затрагивающих подрастающее поколение россиян (детей, молодежи), отражаются на становлении и продвижении как их коммуникативной личности, так и интеллектуальной индивидуальности. Данный возрастной период характеризует человека как человека обучающегося, познающего, осознающего смыслы и значения вещей, понимающего и принимающего известное, общепринятое, традиционное, в то же время порождающего новые, собственные смыслы, способы существования, преобразующего как внешние проявления общепринятого, так и собственную внутреннюю сущность.

Успешность в образовании зависит от полноты и частоты источника информации, от организации системы связей и каналов хождения информации от возможностей принимающего ее. Наш научный интерес заключается в осмыслении лучших условий достижения целей взаимодействующих субъектов образовательного процесса, то есть в построении коммуникативных стратегий, предназначенных для достижения целей образования личности, развития ее способностей к инновационной деятельности путем организации коммуникативной деятельности в образовательном процессе.

Коммуникативная стратегия в нашем понимании – это интегрированная модель коммуникативных действий, сформированная по определенным принципам и законам построения коммуникации, включающая необходимые и достаточные ресурсы, видение ожидаемого результата коммуникативной и некоммуникативной деятельности в соответствии с интенциями и целями субъектов коммуникации. Выбор коммуникативной стратегии зависит от целей и содержания коммуникации. Принципиальными позициями, определяющими построение коммуникативных стратегий в реализации образовательных целей, могут быть названы деятель-

ность во благо как основа коммуникации; прагматика как системность действий, взаимосвязей; всесторонний учет свойств и возможностей коммуникативного человеческого интеллекта в осуществлении специальных коммуникативных функций, ориентация на результат; продвижение как показатель развития личности, развития мысли, порождения инновационных процессов, смыслов, видов деятельности, инновационных результатов, стремления находиться на более высоком уровне относительно другого, то есть взаимодействовать (конкурировать).

Объединяющим фактором в любой системе и такой системе, как коммуникативная образовательная стратегия, является ее целевая установка, представляющая собой целеполагание общепедагогического и коммуникативного содержания, соотношенного с целеполаганием конкретных действий каждого из субъектов образовательной деятельности.

С точки зрения большинства исследователей, «общепринятой целью в мировой теории и практике гуманистического воспитания был и остается идущий из глубины веков идеал саморазвивающейся, самореализующейся, всесторонне и гармонично развитой личности» [4, с. 286]. В унисон с этим звучит целевая установка – формировать «внутренне гармоничного, оптимального человека» [5, с. 79]. А. М. Новиков, формулируя цель образования, называет развитие направленности личности, опыта, психических процессов результатом образования [6, с. 142]. Образовательная цель конкретизируется в адекватных ей задачах, связанных с оказанием помощи в построении личностных концепций, отражающих перспективы и пределы развития, самореализации, саморазвития личности в гармонии с самим собой и обществом; приобщением личности к системе культурных ценностей, отражающих богатство общечеловеческой и национальной культуры, и выработкой своего отношения к ним и др.

Опираясь на содержание «Прогностической концепции целей и содержания образования», М. И. Шилова раскрывает содержание образования через следующие цели-ценности: сформировать стремление к истине, социальному благополучию общества, социальной справедливости, сохранению природы; уважать ценности других народов, сохранять собственное достоинство, проявлять доброжелательность в отношениях и взаимопомощь, социальную активность; способствовать нравственному здоровью коллектива и общества, освоению нравственных гуманистических норм, приобретению знаний и т. п. [7, с. 446]. Достижение общеобразовательных целей путем реализации коммуникативных обусловлено «дефицитом информации и необходимостью в связи с этим передать или получить конкретное сообщение» [8, с. 33]. Коммуникативной целью ученые предлагают называть «стратегический результат, на который направлен коммуникативный акт», и конструктивно формулируют его так: например, «объявить свою волю», «подать документы в вуз», «взять на себя обязательства...», «обучиться какому-нибудь способу решения задач» и т. д. [8, с. 167]. В словаре «Культура русской речи» дается некоторая языковая конструкция коммуникативной цели, состоящая из «набора способов языкового выражения, единиц различных уровней языковой системы, включая определяющие класс речевого акта глаголы и т. д.» [9, с. 254]. В образовании это может формулироваться следующим образом: сообщить, убедить, побудить, вну-

шить, одобрить, объяснить, опровергнуть, доказать, задать вопрос, констатировать, возразить, согласиться, отказать, приказать, обвинить, пообещать, уведомить, оскорбить, ответить и т. д., в то же время понять, запомнить, выучить, усвоить, сделать вывод. Архитектурная композиция коммуникативной цели влияет на построение самой коммуникации, то есть на выбор коммуникативной стратегии и эффективность в реализации общеобразовательных целей. Такие цели, как сообщить, побудить, внушить, объяснить, констатировать, приказать, обвинить, отказать, уведомить и т. п., как правило, характеризуют выбор коммуникативной стратегии, формирующей иерархическую модель коммуникации во взаимодействии субъектов образовательного процесса, предполагают авторитаризм в коммуникативном поведении коммуниканта. Коммуникативные цели: убедить, одобрить, доказать, возразить, согласиться, понять, принять и т. д. – характеризуют иную коммуникативную стратегию, направленную на получение результата путем цепи согласования и договоренности, понимания и принятия разных точек зрения, взглядов, условий и т. д.

Исходя из целей, предполагаемый результат коммуникации можно трактовать как понимание и принятие реципиентом информации, точки зрения, действия и т. д., если источник проявляет сильную коммуникативную позицию, то есть обладает высоким уровнем знаний, умений, компетентностей в области коммуникаций, ставит коммуникативную цель – достичь конкретного образовательного результата. Чаще всего это происходит в иерархической модели коммуникации, в которой проявляется авторитарный стиль во взаимоотношениях коммуникатора (К– педагога, организатора коммуникации) и реципиента (R– другого субъекта образовательного процесса). Схематично, с точки зрения логики, это соответствует логической операции следования (→): К→R. Результатом реализации коммуникативной стратегии в рамках горизонтальной модели взаимодействия, которая отражает процесс взаимопонимания (К↔R, «↔» – «тогда и только тогда»), можно обозначить «взаимопонимание и принятие», сотрудничество в конкретной ситуации или «взаимопонимание, принятие, порождение и разрешение новых целей и задач как общеобразовательного, так и коммуникативного назначения. Данный результат может рассматриваться в интерактивной форме как долгосрочное партнерство, основанное на взаимопонимании и взаимопринятии целей, задач, намерений участников коммуникации продолжить коммуникацию на новом содержательном уровне.

Коммуникации в образовании не исключают другие сценарии построения и развития. Современная общественно-политическая организация в России все больше принимает признаки коммуникативной мимикрии как беспринципного приспособления к окружающей среде, к условиям жизни, что, с нашей точки зрения, опасно для подрастающей, познающей и осознающей себя коммуникативной личности. Стратегия коммуникативного притворства в политической и рекламной сфере, семейных отношениях, в торговле и т. д. неизбежно переносится на коммуникативную ситуацию в сфере научных и образовательных взаимоотношений. Необходимо отметить, что выбор коммуникативной стратегии соответствует целям и задачам коммуниканта, организатора коммуникации и, априори,

более сильного и активного участника коммуникативного процесса. Вспомним 80-е гг. XX столетия, которые были отмечены массовыми выборами директоров образовательных учреждений, классных руководителей и т. д.; затем школьная жизнь содрогнулась от создания и маршевой демонстрации деятельности школьных управляющих советов; начало XXI в. ознаменовано разработкой и внедрением новых правил оплаты труда педагога с учетом стимулирующей надбавки, – этот учет, происходящий с участием общественных институтов, частично уравнивает, а иногда умаляет или ослабляет педагога в коммуникации всех субъектов образовательного процесса.

Новые стандарты школьного образования объявляются конвенциональной нормой, и педагогу предписывается функция организатора общественных коммуникаций с целью их построения и достижения наилучших образовательных эффектов. Разнотечение традиций, современных модернизационных установок и реалий сегодняшнего дня может привести к коммуникативной мимикрии, манипуляциям в образовании, что противоречит целям коммуникативной деятельности педагога, ориентированной на передачу информации о жизни и культуре предшествующих поколений и воспитание подрастающих поколений, способных жить и развиваться в новых условиях (в том числе и разрабатывая эти условия). Термин «коммуникативная мимикрия» [9, с. 99] мы используем в значении: организатор коммуникации имеет намерение скрыть свои цели полностью или частично, манипулируя реципиентом, не давая ему понять истинный смысл и цели коммуникации; подменить функции коммуникации; выбрать непрямо изложение смысла, идеи, тем самым вызывая заблуждение партнера.

В практике образования, к сожалению, можно констатировать выбор названных коммуникативных стратегий. Например, для того чтобы провести те или иные действия (включить в школьную программу, спецкурс), предупредить вопрос «зачем?», педагог при передаче информации сразу ссылается, например, на цели подготовки к Единому государственному экзамену. В данном случае имеет место сильный псевдоаргумент – подготовка к ЕГЭ оказывает психологическое давление и выполняет коммуникативную роль неизбежности. Иногда педагог использует в речи термины, фразы, умозаключения, которые могут оказывать влияние на мировоззрение партнера по коммуникации: «Вы же хотите своему сыну добра?», (родителям); «Вы скажете, что я не права?» (коллеге о той или иной ситуации), «Вы ведь мне как родные дети» (классный руководитель – ученик и т. д.). Стратегия педагога на достижение цели в обозначенных ситуациях далека от истинной коммуникативной стратегии, обязательными характеристиками которой являются слушание, понимание, принятие, обратная связь, коммуникативное действие получателя информации на коммуникативное действие ее отправителя и т. д. Коммуникативная стратегия в образовании должна быть направлена не на борьбу интересов, целей, намерений коммуникантов – субъектов образовательного процесса, а на выяснение истинных знаний, приобретение сторонами коммуникативной компетенции, овладение предметными компетенциями. Это возможно, если в качестве коммуникативных стратегий в образовании выбраны сотрудничество, партнерство и кооперация, предполагающие активную мыс-

ледеятельность, сильные коммуникативные позиции, взаимопонимание, достижение позитивных образовательных эффектов, объединение едиными целями, принципами и стратегиями всех субъектов образовательного процесса (педагогов, обучающихся, их родителей, общественных институций и т. д.) и продвижение, развитие в той или иной степени как коммуницирующего субъекта, так и коммуникации в целом. Объектами конвенциональной коммуникативной стратегии в образовании являются проблемы, возникающие в процессе обучения и воспитания обучающихся. Сами обучающиеся, их родители или законные представители, заказчики образовательных услуг и их потенциальные потребители, общественные институты, заинтересованные в качестве образовательного продукта, являются партнерами в коммуникации. Коммуникативные стратегии конвенционального типа по формату взаимоотношений между субъектами коммуникативного процесса могут быть как иерархическими, так и демократическими. Так, в иерархической модели коммуникации существует некий договор о преобладании во взаимодействии коммуникатора (педагога, инициатора коммуникации), о доверии к нему как носителю истинной информации и о принятии информации как данности. Демократическая модель (горизонтальная и интерактивная) коммуникации характеризуется несколько иными проявлениями: соотносением целей участников взаимоотношений, способов их устройства, достижением предполагаемого результата наиболее эффективными методами, наличием коммуникативных актов, позволяющих исследовать проблему и устанавливать обратную связь взаимодействующих субъектов коммуникативного процесса.

Исходя из целей участников коммуникативного процесса, проявление названных моделей можно проследить в стратегиях сотрудничества, партнерства и кооперации. Сотрудничество – наиболее эффективная стратегия поведения союзников, направленная на конструктивное обсуждение проблемы, поиск способов ее разрешения, характеризующаяся стремлением всех субъектов коммуникации к согласованной, слаженной работе, готовностью оказать поддержку и взаимопомощь, учитывая истинные цели и интересы всех коммуникантов. Сотрудничество может быть рассчитано как на реализацию каких-то конкретных проектов, так и на долгосрочный период взаимодействий в рамках определенного сообщества. Коммуникативный процесс в рамках стратегии сотрудничества может протекать как процесс совместного разрешения проблем, существование которых понятно всем субъектам этого взаимодействия, проблем, возникающих в ходе взаимодействия. Возможен конструктивный конфликт как рассмотрение нескольких точек зрения, достижение консенсуса между субъектами коммуникации, объединение усилий в интересах общих целей.

Коммуникативная стратегия партнерства понимается нами как стратегия, в рамках которой происходит взаимодействие команды (одна сторона коммуникации) и партнеров (заказчиков конкретного, параметрически и критериально обозначенного продукта); для нее характерны взаимопонимание сторон, точное и качественное выполнение условий, применение наиболее продуктивных способов (определенных в ходе взаимодействия сторон) для получения максимально близкого к заданному высококачественного результата. Определяя социальное партнерство как

«нравственное делание», Святейший Патриарх Русской православной церкви Кирилл подчеркнул деятельностную основу партнерских отношений во благо социума [10].

В российском обществе определен круг субъектов, взаимодействующих в целях функционирования и развития образовательной сферы, – это государственные структуры, определяющие направления, цели, задачи, разрабатывающие нормативные и программные материалы, реализующие образовательные стандарты и выполняющие контролирующие функции; частные образовательные учреждения; бизнес-структуры, осуществляющие поддержку образования; учреждения социальной сферы, общественные организации, в том числе объединения родителей, детей и др. Каждый призван вносить вклад в реальную образовательную практику в рамках партнерских отношений.

В определении признаков коммуникативной стратегии кооперации мы будем придерживаться коммуникативной концепции П. Грайса, в основе которой – принцип кооперации [11]: каждый из коммуникантов вносит во взаимодействие тот вклад, который необходим на конкретной стадии развития взаимоотношений в коммуникации. Механизмы развертывания кооперации, по Грайсу, работают на основании свода правил (максим), которые определяют, регулируют и ограничивают поведение коммуникантов, предписывают возможные и необходимые коммуникативные ходы, характеризующие кооперативные отношения. Максимы Грайса – количества, качества, отношения и образа действия – отражают содержание, формально-логические законы тождества («говори правду»), следования и ясности («будь релевантным», «говори ясно» и т. д.), достаточного основания («говори столько, сколько необходимо, не больше и не меньше»). Коммуникативная стратегия кооперации предполагает заинтересованность в результате деятельности коммуникантов, сохранении и продвижении кооперативных отношений, так как это является залогом как морального, так и материального удовлетворения участников коммуникации.

В организации образовательной деятельности в настоящее время мы все чаще наблюдаем проявление кооперативной коммуникативной стратегии: заказ на подготовку специалистов того или иного направления, профили бизнес-структурами (профильные классы в общеобразовательных школах, специализированные кафедры в вузах, стандарты профессиональной деятельности, разрабатываемые различными промышленными и финансовыми корпорациями и т. д.); участие заказчиков в процессе подготовки (реализация производственных проектов, программ с использованием научного потенциала вуза, рубежный контроль и регулирование продвижения участников договорного процесса и т. д.); анализ и оценка результатов реальной профессиональной деятельности участников кооперативного процесса как заказчиками, так и исполнителями заказа.

Выбор коммуникативной стратегии (сотрудничество, партнерство, корпорация) будет зависеть от принципиальной позиции коммуникантов в достижении образовательных результатов (деятельность, прагматика, продвижение); от определения коммуникативных и образовательных целей, детерминированных в содержании коммуникации, их взаимосвязанности; от совершенства способов и разработанности механизмов построения

модели коммуникации (иерархическая, демократическая); от распределения сильных и слабых, активных и пассивных позиций в коммуникации.

Коммуникативная деятельность, построенная на принципах прагматизма и продвижения, неизбежно ведет к развитию мысли, характера, в целом личности; порождению инновационных действий, процессов, видов деятельности, результатов, новых смыслов.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Иссерс О. С.** Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – 5-е изд. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
2. **Аннушкин В. И.** Русская риторика: исторический аспект : учеб. пособие. – М. : Высшая школа, 2003. – 397 с.
3. **Почепцов Г. Г.** Теория коммуникации. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2001. – 656 с.
4. **Сластёнин В. А., Исаев И. Ф., Шиянов Е. Н.** Педагогика : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений; под ред. В. А. Сластёнина. – 7-е изд., стереотип. – М. : Академия, 2007. – 576 с.
5. **Наливайко Н. В., Ушакова Е. В.** О роли образования в XXI в. // *Философия образования*. – 2010. – № 1. – С. 71–80.
6. **Новиков А. М.** Основания педагогики: пособие для авторов учебников и преподавателей. – М. : Эгвес, 2001. – 208 с.
7. **Шилова М. И.** Теория и методика воспитания: традиции и новации : избр. пед. тр. – Красноярск : Универс, 2003. – 712 с.
8. **Колесникова И. А.** Коммуникативная деятельность педагога : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений ; под ред. В. А. Сластёнина. – М. : Академия, 2007. – 336 с.
9. **Культура** русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 840 с.
10. **Речь** Святейшего патриарха Кирилла на Заседании Координационного комитета по поощрениям (1.12.2010 г.) [Электронный ресурс]. – URL: <http://rusline.ru/pevs>
11. **Грайс П.** Логика и речевое общение // *Новое в зарубежной лингвистике*. – М., 1985. – Вып. 16. – С. 217–237.

*Принята редакцией: 23.12.2011*

УДК 37.0 + 316.7

## КОММУНИКАЦИЯ И СОТРУДНИЧЕСТВО КАК КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

**Е. А. Самойлов** (Самара)

*В статье раскрывается сущность понятий «компетенция», «ключевая компетенция». На основе идей экзистенциализма, положений концепции управления открытыми организационными системами и уни-*

© Самойлов Е. А., 2012

**Самойлов Евгений Андреевич** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры философии, Поволжская государственная социально-гуманитарная академия.

E-mail: [evge-samojlov@yandex.ru](mailto:evge-samojlov@yandex.ru)