

*С. Е. Шабалкина, Н. А. Шевырина (г. Самара, Россия)
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка» (Университет «МИР»)*

Формирование социолингвистической компетенции обучающихся факультета лингвистики

В статье описаны результаты формирования социолингвистической компетенции обучающихся факультета лингвистики Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка». Целью работы является определение алгоритма предложения обучающимся социальных ситуаций общения с целью формирования у них умения выполнять разные социальные роли на английском языке. В заключении определили, что обучающимся необходимо соблюдать социальные правила использования языка, четко понимать роли участников общения, информацию, которой они обмениваются, и характер их взаимодействия.

Ключевые слова: социолингвистическая компетенция, лингво-коммуникативная среда, социальные роли, социальные ситуации общения

Современная социально-экономическая ситуация ориентирует на «формирование активных, конструктивно мыслящих людей, способных действовать и взаимодействовать на благо общества, реализуя свой личностный потенциал, расширяя и развивая возможности позитивного самопроявления и саморазвития как социальных субъектов, владеющих иностранным языком, готовых к установлению и поддержанию деловых и личностных контактов в социуме, реализации своей конструктивной позитивной общественной направленности» [3].

На социально-педагогическом уровне актуальность формирования социолингвистической компетенции обучающихся факультета лингвистики «в лингво-коммуникативной среде определена быстро развивающимися информационными технологиями, которые требуют от современных обучающихся умений эффективно действовать, имея сформированные представления о ценностной сущности и социальной значимости выполняемой деятельности для достижения поставленной цели» [4].

Цель исследования: разработать, теоретически обосновать и практически апробировать алгоритм формирования социолингвистической компетен-

ции для обучающихся факультета лингвистики в лингво-коммуникативной среде.

Объект исследования: формирование социолингвистической компетенции обучающихся факультета лингвистики.

Предмет исследования: формирование социолингвистической компетенции обучающихся факультета лингвистики в лингво-коммуникативной среде.

Мы согласны с мнением ученых Дж. Гамперц, С. Савиньон, Д. Хаймс, М. Swain, которые рассматривают социолингвистическую компетенцию как составляющую коммуникативной компетенции. Формирование коммуникативной компетенции включено в процесс обучения иностранному языку и в процесс изучения иностранного языка и многосторонне рассмотрен группой лингвистов под руководством Е. И. Пассова. Во многих работах «социолингвистическая компетенция рассматривается в составе социокультурной компетенции наряду с такими компонентами, как лингвострановедческий, культурологический, социально-психологический. Социолингвистический компонент социокультурной компетенции – это языковые особенности социальных слоев, представителей разных поколений, полов, общественных групп, диалектов и др.» [2, с. 91].

Алгоритм формирования социолингвистической компетенции для обучающихся факультета лингвистики в лингво-коммуникативной среде включает в себя следующее:

- 1) разработать, подобрать, модифицировать социальные ситуации по разным темам, а именно: на экскурсии, в магазине, в офисе, в банке, в компании, дома, в гостях и мн. др.;
- 2) подобрать языковой материал: вокабуляр по теме, речевые клише, вежливые формы обращения и ответные реплики и пр.;
- 3) развивать способность обучающихся выбирать самостоятельно социальные роли;
- 4) развивать социальную гибкость, выполняя непопулярную социальную роль;
- 5) развивать способность привносить в шаблонные коммуникативные ситуации творческие идеи.

В связи с этим в лингводидактической науке отмечается повышенный интерес к исследованию процесса формирования социолингвистической компетенции. «В концепции компетентностно-ориентированного иноязычного образования под компетенцией понимается готовность субъекта эффективно организовывать внутренние и внешние ресурсы для достижения по-

ставленной цели. В основу формирования компетенции личности ложится такой результат образования, как ключевые компетенции, выражающиеся в овладении обучающимися определенным набором способов деятельности» [4, с. 153]. Обучающийся, «овладевая каким-либо способом деятельности, получает опыт интеграции различных результатов образования (знаний, умений, навыков, ценностей и т. д.) и постановки цели, а значит, у обучающегося происходит осознание процесса управления своей деятельностью. Набор осваиваемых способов деятельности должен быть социально востребованным и позволять обучающемуся оказываться адекватным типичным ситуациям (Е. В. Бондаревская, В. В. Краевский, В. В. Сериков, А. В. Хуторской)» [4, с. 153].

«Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации основных профессиональных образовательных программ высшего образования программ бакалавриата по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика. В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции» [3].

ФГОС включает в себя следующие компетенции, которые также являются, на наш взгляд, составляющими социолингвистической компетенции, а именно: «Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать владением навыками социокультурной и межкультурной коммуникации, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов (ОК-3); готовностью к работе в коллективе, социальному взаимодействию на основе принятых моральных и правовых норм, проявлять уважение к людям, нести ответственность за поддержание доверительных партнерских отношений (ОК-4); способностью к пониманию социальной значимости своей будущей профессии, владением высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-12); владением этическими и нравственными нормами поведения, принятыми в инокультурном социуме; готовностью использовать модели социальных ситуаций, типичные сценарии взаимодействия участников межкультурной коммуникации (ОПК-4); способностью моделировать возможные ситуации общения между представителями различных культур и социумов (ПК-17)» [3].

Таким образом, в своем исследовании мы рассматриваем социолингвистическую компетенцию как «способность использовать языковые формы (лексические единицы, грамматические структуры, фонетические особенности) в зависимости от ситуации общения» [2, с. 209]. Ситуация общения обу-

словлена задачей общения, темой общения, социальной и коммуникативной ролями, а также местом общения.

Мы характеризуем лингво-коммуникативную среду как «особым образом организованное в пространстве и времени, на уроке и вне урока, межличностное взаимодействие, обеспечивающее развитие у обучающихся умений проявлять свое «Я»-когнитивное, «Я»-коммуникативное, «Я»-праксиологическое, как успешно познающих, позитивно взаимодействующих и активно действующих субъектов социума» [5, с. 114].

Формирование социолингвистической компетенции обучающихся факультета лингвистики в лингво-коммуникативной среде нами проводилось как в аудиторное, так и во внеаудиторное время. В зависимости от предлагаемых ситуаций общения мы рассматривали следующие социальные роли: студент-студент; преподаватель-студент; заказчик-исполнитель; секретарь-переводчик; подчиненный-босс; делегат-переводчик; экскурсовод-группа туристов и др.

Алгоритм формирования социолингвистической компетенции обучающихся факультета лингвистики в лингво-коммуникативной среде включал в себя ситуации общения на английском языке и выбор социальной роли по желанию. Рассмотрим следующие примеры:

1. Role-play the two conversations:

- You are a sales assistant (продавец-консультант) in a department store. Your partner is a customer. He/She wants to buy some clothes. Decide: The sizes and colours you have. The price of each item.

a) You are a customer (покупатель) in a shoe shop. Your partner is a sales assistant. You want to buy a pair of trainers. Decide:

- the brand (Nike, Addidas, etc.), size and colour
- how much money you want to spend
- how you want to pay (cash, credit card, etc.) [6, с. 104].

При опросе студентов, в какой роли они чувствовали себя комфортнее, большинство (70%) ответили – в роли покупателей, объясняя это тем, что всегда приятнее покупать нужные брендовые вещи, чем оказывать услуги.

2. Role-play the two conversations:

a) You are a guest (гость в отеле) in a hotel. Your room is very hot and the air conditioning doesn't work. Also you haven't got any soap. Phone reception and complain politely.

b) You are the hotel receptionist (рецепционист). Reply to each complaint the guest makes.

c) You are a guest (гость в отеле) in a hotel. You phoned room service for some coffee half an hour ago. It hasn't arrived. Also there's something wrong with the TV. Phone reception and complain politely.

d) You are the hotel receptionist (рецепционист). Reply to each complaint the guest makes [6, с. 106].

При опросе студентов, в какой роли они чувствовали себя комфортнее, большинство (74%) ответили – в роли гостя в отеле, объясняя это тем, что всегда приятнее получать услуги, чем оказывать их.

В своей работе мы также использовали метод кейсов, с помощью которого обучающиеся исследовали социальные ситуации на английском языке, выбирая при этом социальные роли.

Case study 1

Imagine you are at a big international meeting for a global electronics company, taking place in Los Angeles, USA, and you need to make small talk with the other delegates. Choose two of the following characters to play the part of:

Christine Evans, a PA from the Los Angeles office (помощник руководителя);

Hiroshi Sato, a programmer from the Tokyo office (программист);

Irena Fernandez Sanchez, a marketing executive from the Madrid office (руководитель отдела маркетинга);

Lazlo Varga, a sales manager from the Budapest office (продавец);

Michael Graves, a director from the London office (директор);

Try to be as amusing/ intensitive/ creative as possible in your answers and talk for one minute with each person [7, с. 89].

Выбирая роли предлагаемых персонажей, обучающиеся создавали образы и предложенной профессии, и жителя страны, используя иностранный язык, тем самым выполняли сразу несколько позитивных социальных ролей. Так мы формировали социолингвистическую компетенцию в специально созданной лингво-коммуникативной среде.

Case study 2

Student A: You are the manager of a small company and because of a big drop in profits you have to fire a member of your staff. Choose one of the people below to fire, and justify your reasons to student B (the deputy manager). Try to be as diplomatic as possible.

Student B: You are the deputy manager of a small company where has been a drop in profits. The manager (student A) is going to suggest one of the people below to fire, and you disagree strongly with the decision. Justify your reasons in a discussion with student A.

Student A: I think we should fire..... because.....

Student B: I disagree completely.....

Name: Mandy Johanson, 35, single mother, two children, an accountant for 3 years, \$45,000. Appraisal: good worker and a skilled accountant, but often has time off to look after children.

Name: Bill Roberts, 55, wife and three children, sales representative for 14 years, \$60,000. Appraisal: His performance has dropped. His wife has been ill for some time. Was our best sales rep.

Name: Roy Batchford, 23, single, trainee sales representative for 6 months, \$20,000. Appraisal: very dynamic, lots of fresh ideas, a newcomer, so still much to learn.

Name: Laura Ruggiero, 40, single, but looks after elderly mother, market researcher for 5 years, \$44,000. Appraisal: good worker, but has been late for work on several occasions over recent months [7, с. 91].

В этом кейсе обучающиеся должны научиться вести диалог между руководителем и помощником руководителя по вопросу об увольнении одного сотрудника. Помощник руководителя категорически не согласен увольнять кого-либо и приводит свои аргументы. Задача директора – убедить уволить сотрудника, при этом ставится задача вести себя как можно дипломатичнее. Сотрудники разного возраста, но всем дана определенная оценка (appraisal). Кейс оказался достаточно сложным, так как у обучающихся нет опыта руководителя фирмы, но этот кейс помогает приводить аргументы «за» и «против», находить дополнительную информацию на английском языке про стиль руководителя и работодателя. Обе роли выбирались поровну (по 50% каждая).

Мы выяснили, что обучающиеся изучают иностранный язык с разной степенью потребности в нем и интереса к нему, с разным уровнем представлений о социальной значимости изучения иностранного языка, с разной степенью понимания сущности и значимости выполняемой социальной роли. В связи с этим перед нами появляется задача, с одной стороны, развивать социально ориентированную потребность, интерес к предмету и уровень знаний и умений у одних обучающихся, сформировать потребность проявлять умения познавать, активно действовать в социуме, с другой стороны, сохранить и приумножить эти потребности и способности у других обучающихся. При решении этой задачи формировались индивидуальные образовательные маршруты изучения иностранного языка для каждого обучающегося с учетом их индивидуальных особенностей и способностей.

Таким образом, процесс формирования социолингвистической компетенции включает в себя алгоритм различных видов деятельности, который помогает участникам общения сформировать, развить и проявить способность использовать и преобразовывать языковые формы в соответствии с ситуацией. Для любого позитивного взаимодействия на иностранном языке важно соблюдать социальные правила употребления языка, хорошо понимать роли участников общения, информацию, которой они обмениваются, и характер их взаимодействия. Формируя социолингвистическую компетенцию обучающихся факультета лингвистики в лингво-коммуникативной среде, мы ориентировались на расширение и обогащение социального опыта позитивного межличностного взаимодействия обучающихся, расширение их общего кругозора, развитие взаимопонимания, терпимости к национальным и личностным различиям людей, совместное решение важных общечеловеческих проблем, сотрудничество и взаимодействие. При этом иностранный язык использовался как средство расширения пространства реализации своего «Я» в социуме.

Литература

1. Пассов Е. И., Кузовлева Н. Е. Основы коммуникативной теории и технологии иноязычного образования: метод. пособие для преподавателя. М.: Русский язык, 2010. 568 с.
2. Словарь социолингвистических терминов [Электронный ресурс] / Российская академия наук; Институт языкознания; Российская академия лингвистических наук; отв. ред. д-р филол. наук В. Ю. Михальченко. М., 2006. 312 с. URL: <http://iling-ran.ru/library/sociolingva/slovar> (дата обращения: 03.04.2019).
3. ФГОС ВО по направлению подготовки 45.03.02. Лингвистика [Электронный ресурс]. URL: <http://fgosvo.ru/news/6/400> (дата обращения: 17.04.2019).
4. Шабалкина С. Е., Шевырина Н. А. Формирование социальных компетенций, нравственных ценностей студентов в процессе обучения письменному переводу // Современное общество, образование и наука: сб. науч. тр. Ч. 2. Тамбов: ООО «Консалтинговая компания Юком», 2014. С. 164.
5. Шабалкина С. Е. Социальное воспитание в контексте формирования социальных компетенций подростков в школьной лингво-коммуникативной среде // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. 2012. Т. 18. № 1. Ч. 1. С. 114–117.
6. Redston C., Cunningham G. Face2face. Pre-intermediate Student's book. Cambridge University Press, 2012. 168 p.
7. Stephens B. Meetings in English. Macmillan Publishers Limited, 2011. 112 p.