

**ФОРМИРОВАНИЕ ПЕРСУАЗИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ
ПРИ ОБУЧЕНИИ ДЕЛОВОМУ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ
В МАГИСТРАТУРЕ НЕЯЗЫКОВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ**

В статье рассматривается проблема формирования персуазивной компетенции при обучении деловому иностранному языку в магистратуре неязыкового вуза. Обосновывается необходимость включения в содержание обучения иностранному языку междисциплинарных заданий, направленных на формирование персуазивной компетенции, в том числе подразумевающих использование информационных технологий и игр. Приводятся примеры подобных заданий, включенных в учебное пособие по английскому языку для магистратуры технических направлений.

Ключевые слова: персуазивная компетенция; компетенция делового общения; магистратура неязыковых направлений; междисциплинарный подход; деловой английский язык; обучение деловому английскому языку; игровые технологии обучения.

Обучение деловому иностранному языку в магистратуре неязыковых направлений имеет в настоящее время практическую направленность. Одна из основных его задач – подготовить будущего магистра к осуществлению деловой и профессиональной коммуникации на иностранном языке в современных условиях. Такое общение требует не только владения фонетикой, лексикой и грамматикой иностранного языка, но и определенных коммуникативных умений и навыков. В мире бизнеса, в условиях высокой конкуренции, чрезвычайно важными являются навыки и приемы убеждения, позволяющие эффективно воздействовать на партнеров по коммуникации, добиваться своих целей, достигать желаемых результатов. Это вызывает необходимость включения в содержание учебных программ по иностранному языку для магистратуры неязыковых направлений специально разработанных заданий, позволяющих сформировать у обучаемых персуазивную компетенцию.

Под персуазивностью (от англ. *Persuasive* – «убедительный») понимается разновидность манипулирования, часто противопоставляемая рациональному аргументированию, или же «совокупность приемов и средств, направленных на усиление аргументов в процессе аргументирования» [5: 172]. Рассматривая персуазивные характеристики текстов, Е.В. Шелестюк понимает персуазивность в целом как убедительность текста, связанную с использованием специальных средств усиления аргументации [5: 172].

По мнению А. В. Голоднова, персуазивная коммуникация является исторически сложившейся в обществе формой ментально-речевого взаимодействия индивидов, которая осуществляется на базе определенных типов текста [3]. Персуазивная коммуникация представляет собой совершенно особый тип ментально-речевого взаимодействия участников коммуникативного процесса, при котором адресатом осуществляется преимущественно вербальное воздействие на сознание адресата. Это воздействие реализуется посредством специфических коммуникативных стратегий, направленных на то, чтобы изменить поведение адресата и побудить его к совершению или отказу от совершения определенных действий [4: 46-47]. Важно отметить, что в этом случае воздействие на партнера по коммуникации осуществляется ненасильственным способом, оно реализуется за счет коммуникативных стратегий убеждения, уговаривания, «обольщения» и др.

Персуазивный дискурс часто ассоциируется с такими сферами, как политическая коммуникация, идеологическая пропаганда, коммерческая и социальная реклама и т.п. Однако персуазивность не является свойством исключительно этих сфер коммуникации, она реализуется в любой ситуации, предполагающей убеждение, в том числе и в сфере делового и профессионального общения.

Персуазивная компетенция, по нашему определению, представляет собой интегративное свойство личности и является составной частью компетенции иноязычного делового общения. Она подразумевает знание особенностей деловой коммуникации, культурных норм, традиций, обычаев и этикетных ограничений в сфере иноязычного делового общения, а также основанное на данных знаниях владение умениями и навыками вербального воздействия на адресата при общении на иностранном языке. Это свойство может и должно быть сформировано при обучении деловому иностранному языку на уровне магистратуры.

Как указывает Н. А. Безменова, персуазивный дискурс характеризуется использованием таких вербальных средств, как разнообразные «риторические фигуры», софизмы – логические уловки, призванные усилить мнение говорящего, а также ряд макролингвистических средств текста, среди которых связность, имплицитность и модальность [2]. Реализуя стратегию логической аргументации, адресант применяет разнообразные средства убеждения, как то доказательства, основанные на законах логики, экземплификация (приведение примеров) и т.п. Как при устной, так и при письменной персуазивной коммуникации, адресант обращается не только к рассудку адресатов, но и к их эмоциям, чувствам, для чего используются богатые ресурсы языка, его изобразительно-выразительные средства. К числу таких средств относятся известные стилистические приемы, в частности, повторы, метафоры, гиперболы, эпитеты, сравнения. Кроме того, используются пословицы, поговорки, аллюзии. Важным является также умение применять психологические приемы «мы-коммуникации», позволяющие создать у

адресантов ощущение общности с адресатом и побудить их принять и поддержать его идеи.

В процессе обучения деловому иностранному языку в магистратуре неязыковых направлений задача формирования персуазивной компетенции реализуется при помощи заданий, направленных на активное применение как средств логической аргументации (explain, prove your opinion, support your idea with some arguments, give some examples), так и разнообразных стилистических приемов и риторических фигур.

Обучение письменным формам персуазивной коммуникации в магистратуре реализуется при помощи таких заданий, как, например, “Write a report sharing this information and expressing your opinion on the available choice” [1: 30], заданий на составление заявки на грант с обоснованием необходимости и важности финансирования предлагаемого проекта, различных типов деловых писем. Магистранты технических направлений изучают такие виды деловых писем, как letter of request, application letter, letter of complaint. Каждое из этих писем имеет своей целью убеждение адресата, получение от него информации или побуждение к тем или иным действиям в пользу адресанта. При обучении написанию писем уделяется внимание тому, насколько формальным, официальным является данное письмо, и в зависимости от этого выбираются различные средства персуазивного воздействия. Подобные задания подразумевают овладение определенными клише и устойчивыми выражениями, используемыми в целях убеждения в тех или иных формах делового дискурса, а также формирование умений грамотного оформления высказываний, несущих персуазивную функцию, в деловой и официальной документации.

Обучение магистрантов устным формам персуазивной коммуникации осуществляется при помощи таких заданий, как подготовка речи-самопрезентации для собеседования при поиске работы, составление доклада о своих научных интересах, магистерской диссертации, исследовании, подготовленные и спонтанные диалоги, в которых участники коммуникации должны убедить или переубедить друг друга в чем-либо.

Подготовка презентации является сочетанием устной и письменной форм коммуникации и поэтому может считаться эффективным средством формирования персуазивной компетенции. Презентация как учебное задание в магистратуре СПбГПУ представляет собой доклад длительностью от 5 до 15 минут на определенную тему, сопровождающийся показом слайдов (как правило, созданных при помощи программы Power Point), иллюстрирующих основные положения доклада. От того, насколько грамотно иллюстративный и текстовый материал на слайдах соответствует цели доклада, подчеркивает его ключевые моменты, привлекает внимание аудитории к наиболее важной информации, зависит и персуазивный эффект презентации.

Поскольку презентация содержит и текстовый, и графический, а иногда и элементы видео- и аудио-, ее можно считать разновидностью поликодового текста. Формированию персуазивной компетенции выпускника магистратуры неязыкового вуза способствуют и задания, направленные на развитие навыков

создания поликодовых текстов по основной специальности магистранта на иностранном языке. К таким текстам можно отнести не только презентации, но и рекламные листовки, объявления, различные нестандартные формы представления резюме и портфолио, которые включают в себя помимо собственно текстовой информации элементы информации визуальной: фотографии, рисунки, графику, видео.

Все элементы презентации, как и любого другого вида делового поликодового текста должны быть выстроены так, чтобы находиться в гармонии между собой и в своем единстве образовывать законченное произведение, обладающее эстетическими свойствами. Это наилучшим образом обеспечит решение поставленной автором текста прагматической задачи и будет способствовать оказанию персуазивного эффекта на аудиторию. Все элементы поликодового произведения – как текстовые, так и визуальные – должны служить достижению единой цели, оказывать воздействие с целью привлечения клиента, убеждению потенциального работодателя и т.п. Такой документ должен создавать у адресата требуемое настроение, вызывать соответствующие эмоции, усиливать и подчеркивать смысл текстовой информации, т.е. способствовать достижению персуазивного эффекта.

В качестве учебных заданий, направленных на развитие персуазивной компетенции через формирование навыков создания делового поликодового текста на английском языке, предлагаются, например, следующие:

1. Создание своего резюме или творческого портфолио в форме коллажа, включающего фотографии, рисунки, графики с достаточно небольшим, по сравнению с традиционной формой резюме и портфолио, объемом текстовой информации.

2. Доклад о научной работе или о производственной практике в форме презентации на изучаемом иностранном языке, включающей фотографии, графики, рисунки, таблицы и видеоматериалы.

3. Творческие задания – создание плаката или рекламной листовки для продвижения какого-либо продукта или услуги, разработка логотипа компании с обязательным использованием фотографий, рисунков, сочинение рекламного слогана на изучаемом иностранном языке.

Такие задания могут выполняться как индивидуально, так и в мини-группах. Их выполнение требует значительных временных затрат, поэтому целесообразно давать их в качестве самостоятельной домашней работы. Итогом создания творческого произведения должно стать представление его в своей учебной группе. При этом магистранту или группе магистрантов необходимо обосновать цель включения визуальных элементов в текст, объяснить выбор каждого элемента и дать собственную оценку получившегося результата, в том числе и с точки зрения достижения персуазивного эффекта. Важно обосновать выбор цветовой гаммы, размера, вида и цвета шрифтов, расположения частей документа и т.п., указать, как визуальные и текстовые элементы сочетаются между собой, как они подчеркивают основную идею всего документа, способствуют достижению функции убеждения. За представлением следует

обсуждение поликодового текста всеми магистрантами группы и его оценивание как с точки зрения достижения прагматической цели, так и эстетического эффекта.

В связи с использованием визуальной и аудио информации, т.е. фотографий, рисунков, музыки, которую обычно студенты берут с Интернет-сайтов, следует обращать внимание на этичность использования чужих материалов, учитывая правовые моменты, проблему возможного нарушения авторских прав, а также особенности и традиции ведения бизнеса в разных странах. Как показывает практика, в ходе обсуждения таких этических вопросов развиваются навыки корректного ведения дискуссии на иностранном языке, и формируется персуазивная компетенция, позволяющая убедительно отстаивать свое мнение по обсуждаемому вопросу.

Таким образом, работа по обучению навыкам создания поликодового текста на иностранном языке, проводимая на межпредметной основе, является эффективным средством развития персуазивной компетенции как части общей компетенции иноязычного делового общения магистрантов неязыковых направлений.

Одним из наиболее эффективных средств формирования персуазивной компетенции у будущих магистров является ролевая игра. Ролевая игра как прием обучения иностранным языкам, как известно, получила широкое распространение в методической практике. Этот прием обучения относится к группе активных приемов обучения, он помогает наиболее естественным образом активизировать речемыслительную деятельность обучаемых в условиях отсутствия естественной языковой среды, снимает психологические барьеры и страх перед говорением на иностранном языке, формирует умения самостоятельно выражать свои мысли, а значит, и более качественно решать практические задачи обучения. Ролевая игра помещает обучаемых в ситуацию, которая включает определенные ограничения и мотивации, близкие к существующим в реальном мире. Ролевая игра может использоваться во многих учебных ситуациях. Ее возможности при обучении деловому иностранному языку позволяют наиболее эффективно сформировать персуазивную компетенцию.

Мы предлагаем применять ролевые игры, основанные на межпредметном содержании – использующие ситуации, встречающиеся в реальной деловой коммуникации в сфере будущей профессиональной деятельности магистрантов. Такие игры подразумевают владение как узко-профессиональными знаниями и умениями, так и навыками убеждения и аргументации.

Опыт работы с магистрантами, обучающимися по различным направлениям, показал, что наиболее эффективными являются такие ролевые игры, как “Job Interview”, “Grant Proposal”, “Innovative Project Statement”, “Loan Getting”, “Tough Boss Persuading”. В этих играх магистранты должны использовать как приемы логической аргументации, так и средства эмоционального и психологического воздействия на других участников коммуникации, чья задача – стараться противодействовать данному

воздействию, приводя ответные аргументы с отказом в просьбе о внеочередном отпуске или повышении зарплаты, выдаче кредита, присуждении гранта, финансировании предлагаемого инновационного проекта и т.п. Наиболее успешным признается тот участник игровой коммуникации, которому удалось добиться своей цели, убедить остальных участников в своей правоте, заставить их совершить то или иное действие в свою пользу.

В современных условиях важным средством как обучения иностранному языку в целом, так и формирования иноязычной персуазивной компетенции в частности, является применение информационных технологий. Необходимость использования новых информационных технологий в учебном процессе сегодня общепризнанна, поскольку обусловлена как современными требованиями к уровню подготовки магистров, так и тем непрерывно увеличивающимся объемом информации, которую магистранту необходимо найти, переработать и усвоить в ходе обучения.

Поскольку на изучение иностранного языка в магистратуре лингвистических направлений отводится весьма небольшое количество аудиторных часов, использование информационных технологий становится эффективным средством организации самостоятельной работы магистрантов. С этой целью предлагается специально разработанный пакет заданий, (в том числе и направленных на формирование и развитие персуазивной компетенции), выполнение которых требует использования персонального компьютера. Аудиторная работа является в этом случае подготовительным этапом к самостоятельному выполнению заданий, которые включены и в профессионально-ориентированный учебник английского языка нового поколения [1].

Использование электронных источников для самостоятельной подготовки как традиционных, так и творческих заданий по иностранному языку стало сегодня обязательным требованием, так как в современном мире специалист в любой области знаний, занимающийся как научными исследованиями, так и бизнесом, не может обойтись без регулярного обращения к Интернет-ресурсам.

Содержание самостоятельной работы с использованием информационных технологий при обучении иностранному языку в магистратуре неязыкового вуза включает в себя выполнение различного рода заданий, связанных, прежде всего, с поиском информации в Интернете. Для самостоятельной подготовки докладов, презентаций, поликодовых текстов и документации на иностранном языке магистранты должны владеть умениями использования материалов специализированных веб-сайтов, публикующих тематические статьи по интересующей их научной и деловой проблематике, форумов и социальных сетей профессионалов, где ведутся обсуждения актуальных вопросов современной научной и деловой жизни. Участие в таких обсуждениях, общение в социальных сетях по интересам – одно из наиболее эффективных средств развития персуазивной компетентности у будущих магистрантов. Педагогически важным при организации работы по формированию персуазивной компетенции является побуждение

магистрантов к самостоятельному общению с носителями изучаемого языка, к поиску средств представления своей точки зрения как позиции, ее аргументации, способов убеждения собеседников в своей правоте.

Использование средств, предлагаемых современными информационными технологиями, при подготовке домашних заданий, докладов, презентаций, творческих минипроектов по иностранному языку не только усиливает интерес студентов к изучаемому предмету, и закономерно приводит к более эффективному формированию компетенции иноязычного делового общения, составной частью которой выступает и персуазивная компетенция.

Таким образом, формирование персуазивной компетенции в магистратуре неязыковых направлений должно осуществляться на базе междисциплинарного подхода, имеющего практическую направленность. Это позволит сформировать умения и навыки эффективной персуазивной коммуникации, столь необходимые в современном деловом мире.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алмазова Н.И. и др. Английский язык: практический курс для магистрантов технического профиля // СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2011. – 272 с.
2. Безменова Н.А. Риторическая модель речевой деятельности // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М.: Наука, 1990. – С. 25-40.
3. Голоднов А.В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы): Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04 – СПб.: СПбГУ. – 2003. – 23 с.
4. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: Проблемы речевого воздействия // – М.: Флинта, 2006. – 132 с.
5. Шелестюк Е.В. Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности как отражение способов речевого воздействия // Вестник Челябинского государственного университета. Серия «Филология. Искусствоведение». Выпуск 26. – 2008. – № 30 (131). – С. 170-175.

УДК 811.11:37

Никитенко О.А.

Колледж «Императорский Александровский лицей»
Санкт-Петербург

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ ПОЛИКОМПЕТЕНТНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ МАГИСТРАНТОВ ТЕХНИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ

Статья посвящена проектной деятельности как средству достижения поликомпетентности в процессе обучения магистрантов технических направлений подготовки. В статье анализируется проектная деятельность и ее интегративные свойства. Рассматривается термин «поликомпетентность» и его структура применительно к теории и методике профессионального образования. В статье представлен детальный анализ проектной деятельности магистрантов на основе ФГОС третьего поколения.