Выполняя данные задания, обучающиеся научатся структурировать информацию, выделять главное. Кроме того, школьники приобретают умения навыки работы с различными источниками информации, в том числе с научной литературой. Таким образом, педагог, применяя в своей работе гипертекстовую технологию, сможет повысить уровень усвоения нового материала обучающимися.

1. Беленова Л.Ю., Педагогические условия применения гипертекстовой технологии как средства обучения студентов [Текст] : спец. 13.00.01 "Общ. педагогика, история педагогики и образования" : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. пед. наук / Беленова Людмила Юрьевна. — Самара : [б. и.], 2008. — 22 с.
2. Битюкова В.Р., Социально-экологические проблемы развития городов России [Текст] / Битюкова Виктория Расуловна - 3-е изд. - Москва : URSS, 2012. - 448 с.
3. Воронкова О.Б., Информационные технологии в образовании: интерактивные методы [Текст] / Воронкова О.Б. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. — 314 с.
4. Колеченко А.К., Энциклопедия педагогических технологий [Текст] : материалы для специалиста образоват. учреждений / Колеченко Александр Кузьмич - СПб. : КАРО, 2006. - 367,[1] с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 366. - ISBN 5-89815-091-9 : 67.53.
5. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования [Текст] : учебное пособие / Под ред. Полат Е. С. — Москва : Академия, 2001. — 272 с.
6. Хузиахметов А.Н., Педагогические технологии [Текст] : Учеб.-метод.пособие / Габдулхаков А. В., Хузиахметов А. Н. — Казань : Магариф, 2005. — 253, [2] с.

Арстанова Г.Н., Гайнутдинова Е.В.

Личность педагога в процессе убеждающей коммуникации

ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет»

(Россия, Астрахань)

doi: 10.18411/lj-05-2020-256

idsp: ljjournal-05-2020-256

Аннотация

Современный образовательный процесс характерен, как правило, постоянной динамикой развития, предполагающей активное взаимодействие педагога и студента. На смену пассивному восприятию информации приходят те механизмы взаимодействия, которые способствуют формированию активной и заинтересованной позиции студента в получении знаний. Убеждающая коммуникация при этом является ключевым аспектом самореализации и самораскрытия как преподавателя, так и обучающегося, основанная на наличии аффекта, эмоции (процесса эмоционально окрашенного переживания), мотива (побудительного фактора), когнитивного компонента коммуникации (идеи, знания, опыт обучающегося) и аксиологического компонента (ценностное отношение), которые требуют от педагога актуализацию определенных чувств обучающихся, формирование ценностных ориентаций и установок, учет их мотивационной сферы и прошлого опыта.

Ключевые слова: убеждение, убеждающая коммуникация, когнитивный аспект коммуникации, аксиологический аспект коммуникации

Abstract

As a rule, modern educational process is characterized by the constant dynamics of development assuming active interaction of the teacher and student. Passive perception of information is changed by those mechanisms of interaction which promote formation of the active and concerned student's position in acquiring of knowledge. In this context the convincing communication is a key aspect of self-realization and self-development of a teacher, and a student, based on affect, emotion (a process of emotionally coloured experience), motive (an incentive factor), a cognitive component of communication (ideas,

knowledge, student's experience) and an axiological component (valuable attitude) which demand from the teacher updating of certain student's feelings, formation of valuable orientations and relations, taking into consideration their motivational sphere and past experience.

Keywords: conviction, communication, convincing communication, cognitive aspect of communication, axiological aspect of communication.

На образовательной территории вуза – в европейском пространстве и в российской высшей школе в частности – непреходящей является ценность совершенствования процесса преподавания и обучения в высших учебных заведениях [16]. Данная задача, обозначенная в рамках мероприятий Болонского процесса, захватывает и такой психолого-дидактический вопрос, как совместное коммуникативное взаимодействие педагога и обучающегося, на основе которой строится совместная учебно-воспитательная деятельность.

Процесс эффективного коммуникативного взаимодействия педагога и обучающегося предполагает согласование знаний, которые пытается донести преподаватель, с собственным опытом обучающегося (субъект-субъектное взаимодействие) [8]. Данное положение, в своей сущности, исключает устаревшие методы репродуктивной передачи информации, где педагог – единственный источник знаний и абсолютных истин, а обучающийся – объект, некритически усваивающий учебный материал по готовым инструкциям. Однако на сегодняшний день, при большом внимании исследователей к формам, приемам и методам активного (АО) и развивающего обучения (РО), недостаточно разработанной остается проблема техник педагогического общения, посредством которых возможна единственно успешная реализация АО и РО. В данной работе мы предлагаем к рассмотрению одно из перспективных направлений исследования в данной области – убеждающая коммуникация в совместной деятельности субъектов учебного процесса [13], [9].

В чем сущность убеждения? Исходя из анализа ряда определений данного понятия [7], [2], [6], [14], можно предполагать, что убеждение – не только процесс, но и личностное образование, которое выражается в нескольких ключевых особенностях: наличие эмоции, процесса эмоционально окрашенного переживания; наличие побудительного фактора, мотива; влияние на когнитивный аспект коммуникации (идеи, знания, опыт) и аспект аксиологический (ценностное отношение). Иными словами, прежде, чем убедить кого-либо – в том числе и обучающегося – в значимости каких-либо идей, взглядов, необходимо знать, что человек чувствует на данный момент, что для него ценно, какие идеи, знания и опыт лежат за его плечами и каким образом можно не только в чем-то убедить, но побудить к последующему действию.

Более емким для исследования процесса убеждения является понятие убеждающей коммуникации. Убеждающая коммуникация (англ. *persuasive communication*) – это «вид коммуникации, при которой с помощью логического обоснования происходит установления согласия с человеком, принимающим информацию» [1, с. 79]. Но, несмотря на то, что убеждение, как процесс, основывается на логике обоснования аргументов и логике опровержения, не меньшую роль в ходе убеждающей коммуникации играет невербальное [12] воздействие на обучающегося: «взаимодействие ученика и учителя состоит, прежде всего, в обмене между ними информацией познавательного и аффективно-оценочного характера. И передача этой информации осуществляется как вербальным путем, так и с помощью различных средств невербальной коммуникации» [3, с. 172].

Б.З. Зельдович [4], А.П. Панфилова [11] и ряд других авторов, исследуя вопрос профессиональной деловой коммуникации преподавателя, выделяют пять коммуникативных моделей в зависимости от целей общения: убеждающая, познавательная, экспрессивная, суггестивная и ритуальная. Убеждающая модель

коммуникации, по мнению исследователей, состоит в том, чтобы сделать учащихся своими единомышленниками, и направлена на: а) актуализацию определенных чувств у обучающихся; б) формирование ценностных ориентаций; в) формирование установок. Таким образом, формирование чувств, ценностей и поведенческих установок, вкупе с такими ранее выделенными компонентами убеждения, как побуждение к действию и учет содержания опыта обучающегося – служат основой механизма убеждающей коммуникации преподавателя и обучающегося. Для изучения процесса убеждающей коммуникации в процессе взаимодействия педагога и обучающегося, обратимся к центральному элементу классического процесса убеждения – «коммуникатор» - и рассмотрим основные характеристики личности педагога в убеждающей коммуникации.

Интересной представляется концепция американского психолога Э. Шострома [17], который выделяет два типа личности коммуникатора в зависимости от преследуемой ими цели – манипуляторов и актуализаторов (таблица 1). Для манипуляторов основной целью является самопрезентация, а для актуализаторов – самораскрытие.

Таблица

Личностные характеристики двух типов коммуникаторов в убеждающей коммуникации.

Манипулятор	Актуализатор
Лицемерие (закрытость, лживость)	Искренность (открытость, правдивость) Актуализатор не умеет и не желает скрывать свои чувства, какими бы они ни были.
Безразличие ко всему, кроме себя (душевная вялость, скука). Манипулятор видит и слышит лишь то, что хочет видеть и слышать	Интерес ко всему окружающему. Актуализатор хорошо видит и слышит себя и других людей, он восприимчив к любым проявлениям жизни
Зависимость. Манипулятор держит себя под постоянным контролем, скрывая от всех свои мысли и чувства	Независимость. Актуализатор всегда свободен, независим в своих мыслях и чувствах; он — подлинный хозяин своей жизни
Пессимизм. Манипулятор испытывает глубокое недоверие к человеческой природе как таковой; он убежден, что все люди делятся на управляемых и управляющих другими	Оптимизм. Актуализатор обладает глубокой верой в себя и других; он убежден, что все люди свободны и способны справиться с любыми трудностями

В рамках убеждающей коммуникации во взаимодействии педагога и обучающегося – стратегия «актуализатора» является неким идеалом и ориентиром для преподавателя. Действительно, самопрезентация, характерная для «манипулятора», скорее будет уместна в некоторых сферах делового общения, а самораскрытие, как сочетание искренности, интереса, независимости и оптимизма – в профессиональной коммуникации преподавателя. Разумеется, что статус педагога требует адаптации данной стратегии самораскрытия. Так, в отечественной педагогике существует термин «риторическая личность педагога», изученный в работах А.А. Мурашова [10] через призму проблемы коммуникативной самореализации в общепедагогической практике. Автор выделяет несколько положений, необходимых для коммуникативной самореализации педагога как риторической личности:

- эмпатийность, как способность и необходимость педагога посмотреть на проблему глазами обучающегося для развития умения «говорить так, чтобы не оказаться непонятым» [с. 122];
- технология «якорения», основанная на эмоциональном потрясении, «которое способно закрепить импульс, соединить информационный блок с ситуационным кодом, воскресив который, можно воспроизвести информацию» [с. 128], при этом убедив обучающегося в значимости и целесообразности учебного материала;

- риторическая мотивация, реализуемая, на наш взгляд, в сообщении, просьбе, предложении, консультации, совете или беседе педагога с обучающимся;
- создание установки для обучающегося, которая предполагает учет его индивидуальности: «Так, один нуждается в повышении уровня самооценки. Другой – в создании объективного представления о собственных креативных потенциалах применительно к какой-либо области интеллектуальной самореализации» [с. 128].
- позиционная открытость педагога и обучающегося, необходимая для использования эффективных в убеждающей коммуникации педагогических приемов драмогерменевтики. Данные приемы заключаются в создании педагогом учебной ситуации, где возможно более быстрое усвоение незнакомой ранее информации и ее применение в нестандартных ситуациях. Конкретный подход особенно актуален в процессе убеждения, поскольку, как известно, одна из причин неудачного убеждающего коммуникативного воздействия лежит в непонимании обучающихся (аудитории) предлагаемой информации. «Понимание – собственная мысль обучающегося, его отклик, а не повторение преподанного» [с. 130].

Успешный коммуникатор в любой сфере реализации убеждающего воздействия – в том числе и педагог – знает о том, что для того, чтобы сделать собеседника своим единомышленником, не столь важно, в какой мере ему нравятся идеи коммуникатора, сколь значим уровень симпатии к нему [15]. Так, чтобы вызвать положительное отношение обучающихся следует знать о таком феномене, как аттракция (притяжение, состояние расположенности к человеку). В основе механизма аттракции лежит два простых закона: человек всегда стремится туда и к тому, где и от кого он получает «награды» в виде положительных эмоций, чувства приятного, ощущения удовлетворения потребностей; человек всегда стремится избегать ситуаций и объектов, от которых он получает «наказания» в виде отрицательных эмоций, чувства неудовлетворенности потребностей. Однако для того, чтобы быть приятным в глазах собеседника, достигнув целей убеждающего воздействия, необходимо сначала повысить значимость самого реципиента в его собственных глазах. Так, в педагогике с этой целью широко используются приемы создания ситуации успеха, нацеленные на создание условий, в которых обучающийся достигает запланированных учебных результатов и переживает их как личностное и социально значимое достижение. Реализуется ситуация успеха благодаря педагогическому оптимизму, взаимной поддержке в процессе обучения обучающего и обучающихся [5].

Хорошо проверена (в частности, в рекламном деле) также классическая схема последовательного воздействия на сознание человека в процессе убеждающей коммуникации «внимание – интерес – желание – действие». Внимание можно привлечь необычностью изложения материала, его формой, визуальными средствами. Интерес возникает тогда, когда обучающийся поймет, что он может удовлетворить какую-то из своих потребностей. Желание возникает, когда он увидит, что цель достижима, а действие является результатом желания и подсказки педагога о том, что надо сделать для его удовлетворения.

Убеждающая коммуникация является важной детерминантной самореализации и самораскрытия как преподавателя, так и обучающегося, основанная на наличии аффекта, эмоции (процесса эмоционально окрашенного переживания), мотива (побудительного фактора), когнитивного компонента коммуникации (идеи, знания, опыт обучающегося) и аксиологического компонента (ценностное отношение), которые требуют от педагога актуализацию определенных чувств обучающихся, формирование ценностных ориентаций и установок, учет их мотивационной сферы и прошлого опыта.

Фигура преподавателя-коммуникатора, приближенная к понятию «риторическая личность педагога», должна стремиться к развитию таких качеств, как эмпатийность, открытость, оптимизм, интерес, авторитетность и независимость, эффективно используя механизм аттракции (приемы создания ситуации успеха), схему убеждающего воздействия и невербальные приемы убеждающей коммуникации.

1. Андреева Г.М. Социальная психология – М: Аспект Пресс, 2013 - 375 с.
2. Вербицкий А. А. Энциклопедический словарь по психологии и педагогике [Электронный ресурс] / А. А. Вербицкий. - 2013. - URL: http://psychology_pedagogy.academic.ru (дата обращения: 08.03.2020).
3. Жукова Е.В., Погорелова И.Г., Калягин А.Н. Невербальные коммуникации в деятельности преподавателя выс-шей школы // Сибирский медицинский журнал (Иркутск). – 2010. – Т. 92, №3. – С. 172-174.
4. Зельдович Б.З. Организационное поведение. — М. : ИГУМО. — 2008. — 222 с.
5. Каленов А. А. Педагогическое обеспечение создания ситуации успеха в старших классах школы [Текст] // Педагогическое мастерство: материалы X Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2017 г.). — М.: Буки-Веди, 2017. — С. 13-17.
6. Крутецкий В.А. Убеждение // Педагогическая энциклопедия. М., 1968. – 348 с.
7. Майерс Д. Социальная психология / Перев. с англ. — СПб.: Питер, 1997. — 688 с.
8. Маркова О. Ю. Коммуникативное пространство вуза: субъекты, роли, отношения / О. Ю. Маркова // Коммуникация и образование. – СПб.: С.-Петербург. филос. общество, 2004. – с. 351-355.
9. Матвеев А.С. Убеждающая коммуникация в современном обществе как предмет социально-философского анализа / А.С. Матвеев // Вестник Московского университета МВД России. – 2013. – № 5. – с. 250-254.
10. Мурашов А.А. Риторическая личность – коммуникативная самореализация педагога / А.А. Мурашов // Конференциум АСОУ: сборник научных трудов и материалов научно-практических конференций. Вып. 3. – часть 2. Москва : АСОУ, 2019. – 121-130 с.
11. Панфилова А.П. Теория и практика общения : учеб. пособие для студ. сред. учеб. заведений / А. П. Панфилова. — М.: Издательский центр «Академия», 2007. — 288 с.
12. Пиз А. , Пиз Б. Язык телодвижений на работе; Эксмо - Москва, 2012. - 192 с.
13. Смирникова О.В. Убеждающая коммуникация в работе преподавателя высшей школы [Текст] / О. В. Смирникова // Актуальные проблемы психологического знания. - 2017. - № 4. - с. 38-45.
14. Чудновский В.Э. Актуальные проблемы психологии становления убеждений / В.Э. Чудновский // Вопросы психологии : издаётся с января 1955 года / Ред. А.М. Матюшкин, О.А. Конопкин. – 1990. – №5 сентябрь-октябрь 1990. – С. 40-48.
15. Щукина Г.И. Проблемы познавательного интереса в педагогике. М.: Педагогика, 1971. – 352 с.
16. Основные тенденции развития высшего образования: глобальные и болонские измерения / Под науч. ред. В.И. Байденко. М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2010. – 352 с.
17. Шостром Э. Человек-манипулятор: внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации [Электронный ресурс] / Пер. В. Данченко // К.: PSYLIB, 2003. – URL: <http://psylib.org.ua/books/shost01/> (дата обращения: 08.03.2020)

Артеменко Н.А.

Специфика коммуникативной компетентности юриста и организация контроля качества её формирования

*Краснодарский университет МВД России
(Россия, Новороссийск)*

doi: 10.18411/lj-05-2020-257

idsp: ljjournal-05-2020-257

Аннотация

В статье раскрывается необходимость формирования у будущих специалистов юридического профиля деятельностных компетенций, совокупность которых составляет профессиональную компетентность. Основной составляющей такой компетентности являются языковые знания, умения анализа, создания, интерпретации и редактирования текстов разных стилей. Кроме того, будущему специалисту