



ФИЛОЛОГИЯ

УДК 81:27

СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТ И СОЦИАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В ИЗУЧЕНИИ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ЛИЧНОСТИ

А.Н. Байкулова

Саратовский государственный университет
E-mail: allabay15@mail.ru

В статье рассматривается одно из основных понятий коммуникативной лингвистики – коммуникативная компетенция, обосновывается необходимость изучения коммуникативной компетенции языковой личности в социальном аспекте.

Ключевые слова: знания, коммуникативная компетенция, обыденное общение, представления, социальный статус.

Social Aspect and Social Component in the Study of Personal Communicative Competence

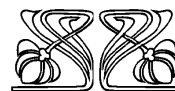
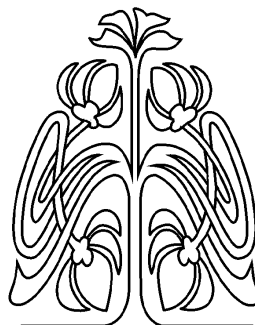
A.N. Baikulova

The article considers one of the main notions of communication linguistics, that of communicative competence, and grounds the necessity to study personal communicative competence in its social aspect.

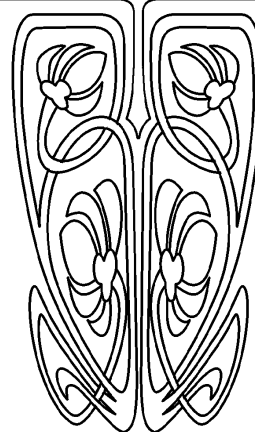
Key words: knowledge, communicative competence, everyday communication, notions, social status.

Понятие «коммуникативная компетенция» уже определено исследователями, занимающимися изучением проблем культуры общения и речи. Под коммуникативной компетенцией понимают «знания, умения и навыки общения»¹ или способность практического владения языком: «Коммуникативная компетенция предполагает овладение всеми видами речевой деятельности и основами культуры устной и письменной речи, умение переключаться в процессе общения с одного кода (стиля, диалекта) на другой в зависимости от условий общения»². Она «проявляется в использовании языка в жизненно важных сферах, жанрах и ситуациях общения»; представляет собой «совокупность коммуникативных качеств речи, характеризующих речевое поведение отдельного человека»³.

На наш взгляд, коммуникативная компетенция личности начинается с представлений о речевом взаимодействии людей, которые личность приобретает в результате опыта общения. Словари толкуют слово «представление» через «знание»: представление – «знание, понимание чего-н.»⁴. И всё-таки не всегда эти слова взаимозаменяемы. *Представление* можно рассматривать и как первичное понимание чего-либо, начальную ступень познания, а не как объективное, глубокое знание. Пока представления не трансформируются в знания, велика вероятность ошибки. Например, ошибочными могут быть представления о собственной речевой культуре. Так, анализ результатов анкетирования студентов с целью выявления отношения различных слоёв населения к речевой культуре, представленный А.Л. Шарандиным⁵, показал, что в анкетах у студентов проявилась завышенная самооценка: более 50% оценили уровень своей грамотности и качество своей речи оценкой «хорошо» (всего в анкетировании приняло участие около двух тысяч человек), тогда как конкурс по выявлению студентов, хорошо владею-



НАУЧНЫЙ
ОТДЕЛ





щих речью, показал, что таких немного – 21%. Следовательно, у многих студентов существуют ошибочные представления о своём уровне речевой культуры, своей языковой компетенции. Тем не менее различные опросы, в том числе анкетирование студентов во время проведения Дней русской словесности в Саратове (с 6 по 8 апреля 2009 г.), показывают, что студенты, и не только студенты, заинтересованы в получении твёрдых знаний в области культуры речи, поскольку именно такие знания позволяют человеку лучше ориентироваться в использовании языка и придают уверенность в себе.

Хорошее владение языком, умение правильно вести разговор становятся частью имиджа человека, способствуют успешному решению самых разных общественных и производственных задач, поэтому люди стремятся улучшить прежде всего своё официальное общение, речь в профессиональной сфере, о чём свидетельствуют, например, вопросы, задаваемые членам кафедры русского языка и речевой коммуникации Института филологии и журналистики СГУ по «горячей линии», начавшей работать в Год русского языка. О своей же обыденной речи большинство не беспокоится, здесь господствуют представления. Фактически не востребованы, к примеру, знания о специфике общения в семье, в трудовом коллективе, в транспорте, в магазине, в других общественных местах. А ведь именно речь в неофициальной сфере общения вызывает сейчас самую большую тревогу⁶.

Нами специально был проведён опрос людей разных возрастов с целью выяснить, откуда берутся представления об этикетной стороне обыденного общения, в частности семейного. Опрос показал, что этикетные традиции многие наследуют из родительской семьи, а существующие книги по этикету опрашиваемые не читают⁷. Знания о семейном этикете, пожалуй, получают лишь студенты отдельных вузов, причём только некоторых специальностей, имеющих педагогическую направленность.

В беседах со студентами 1-го курса разных факультетов СГУ выяснилось, что в своём общении они ориентируются прежде всего на самые общие правила официального этикета, усвоенные в школе, и частично на представления, приобретённые в результате жизненного опыта. Компетенция в области коммуникативных процессов, гендерных и ролевых особенностей речи у студентов отсутствует. Приобрести её в определённой мере помогает введённый в связи с государственной программой «Русский язык» курс «Русский язык и культура речи».

Коммуникативная компетенция формируется на протяжении всей жизни человека. Начинается этот процесс с детства, с первых представлений об особенностях коммуникации в обществе, и далее копилка индивидуальных представлений и знаний постоянно пополняется.

Следовательно, каждый человек обладает собственной коммуникативной компетенцией, характеризующейся разной степенью сформированности. Так, коммуникативная компетенция ребёнка, основанная на его опыте общения с взрослыми (родителями и не родителями) и детьми, не может совпадать с коммуникативной компетенцией взрослого человека. Это очень точно отразил известный французский писатель Антуан де Сент-Экзюпери. «Взрослые никогда ничего не понимают сами, а для детей очень утомительно без конца им всё объяснять и растолковывать. <...> Когда говоришь взрослым: “Я видел красивый дом из розового кирпича, в окнах у него герань, а на крыше голуби”, – они никак не могут себе представить этот дом. Им надо сказать: “Я видел дом за сто тысяч франков”, – и тогда они восклицают: “Какая красота!”», – пишет он в своём «Маленьком принце».

Однако не только ребёнок, но и каждый взрослый человек находится на определённой ступени формирования личной коммуникативной компетенции. Т.А. Милёхина⁸ сопоставила устную речь одной и той же женщины, продавца по профессии, в разные временные периоды (в 1989 и в 2007 гг.) и пришла к выводу, что речь изменилась, причём не в лучшую сторону: разговорная лексика уступила место жаргону, грубому просторечию и мату. Изменилось соотношение в использовании коммуникативной категории⁹ чуждости: расширилась сфера *чуждой*, появился образ врага, куда входит не только хозяин торговой точки, но и самые близкие люди – дочь, сын, подруга. Изменилось видение мира и в связи с этим тематика общения, а в целом изменился тип речевой культуры: (по классификации Л.П. Крысина¹⁰) в 1989 г. женщина была носителем просторечия – I, а в 2007 стала носителем просторечия – II. Этот пример позволяет сделать вывод, что формирование коммуникативной компетенции определяется социальными условиями и сопровождается изменениями компетенции в её качественных и количественных параметрах, причём в плане культуры речи не всегда эти изменения носят прогрессивный характер. Поэтому, на наш взгляд, в исследовании коммуникативной компетенции важен как социальный аспект, отражающий общий взгляд или подход (коммуникативная компетенция ребёнка, взрослого, представителя той или иной профессии), так и социальная составляющая коммуникативной компетенции конкретной личности (например, индивидуальные знания о гендерных, национально-специфических особенностях речи, статусно-ролевой природе общения, а также умения и навыки применения этих знаний в процессе коммуникации).

Учёт социального фактора играет большую роль и в самом процессе организации межличностного, межгруппового коммуникативного взаимодействия, в выработке норм толерантного



общения¹¹. Понимание возрастных особенностей речи открывает возможности для преодоления конфликта поколений, знание гендерных особенностей способствует гармонизации отношений между мужчинами и женщинами и т.п.

В настоящее время многие люди ощущают коммуникативную беспомощность, но не всегда способны осознать, что их не устраивает в собственном взаимодействии с другими людьми. Так, однажды ко мне обратился за помощью молодой человек, потому что, как он выразился, не умеет говорить. Из беседы с ним выяснилось, что это перспективный сотрудник фирмы, вступивший в руководящую должность, параллельно занимающийся научной деятельностью, участвующий в различных конференциях и хорошо владеющий языком. В чём же дело? Привлекли внимание произносительные особенности речи – слишком высокий для мужской речи тембр голоса, напоминающий женский, пониженная громкость; невербальный компонент – опущенные голова и плечи, «зажатая» поза; неуверенность в речевом поведении. В результате выяснилось, что обратившийся за помощью человек не обладает статусно-ролевой коммуникативной компетенцией, не знает, какой должна быть речь начальника и каково должно быть его речевое поведение, не может переключиться с роли подчинённого, а возможно, даже студента, на новую для него роль, не имеет представления о гендерных особенностях речи.

Было аналогичное обращение женщины 63 лет, обучающейся в СГУ по специальности «Религиоведение», верующей. Она откровенно призналась, что хотела бы доносить слово Божье до людей, но её речь очень часто раздражает их, люди не хотят слушать. В результате беседы выяснилось, что женщина владеет определёнными ораторскими приёмами, например, умеет строить монологическое высказывание, использует систему образных средств; её речь доказательна, убедительна и крайне доброжелательна. Однако дальнейшие наблюдения показали, что женщина не владеет орфоэпическими нормами (*во-первых, вероисповедание, знамение*), не имеет представлений об особенностях процесса коммуникации и таких обязательных качествах хорошей речи, как уместность, соответствие ситуации общения, ориентация на адресата. Не проявилось и знаний об особенностях национального коммуникативного поведения и менталитета, а следовательно, и учёта национальных особенностей в процессе общения. Например, её речь отражает стремление доминировать, о чём свидетельствуют длительные монологи, бескомпромиссность суждений, неприятие чужой точки зрения, желание во что бы то ни стало и сразу убедить, навязать собственную позицию. Нет понимания того, что собеседники – носители той же национальной коммуникативной культуры, со всеми её особенностями, что

чрезвычайно важно, потому что и в этом может заключаться причина коммуникативных неудач.

В современных условиях знание национальных коммуникативных традиций как своего народа, так и других народов важно не только для наиболее культурных и образованных слоёв общества, но и для каждого человека, поскольку усиливаются процессы взаимовлияния культур, всё более оживлёнными становятся контакты представителей разных национальностей. Большое значение имеет знание этикета, в частности, особенностей невербального компонента общения. Например, в исследованиях по межкультурной коммуникации много написано о специфике и роли улыбки в русской, европейской и американской коммуникативной культуре, о дистанции общения, но эти исследования в основном предназначены для специалистов. Крайне необходима популяризация таких знаний.

В эпоху активного взаимодействия народов неизбежны процессы взаимовлияния, взаимопроникновения культур. Иноязычные заимствования, касающиеся особенностей поведения или использования лексики, приживаются не сразу, возможно их отторжение. Так, наших покупателей не редко раздражает излишняя навязчивость продавцов, отдельные выражения, заимствованные из западной культуры, даже, казалось бы, очень вежливые, например, фраза *Вам помочь?* О неоднозначном отношении к этому распространённому выражению свидетельствуют опросы студентов и самих продавцов (из 105 продавцов положительную оценку фразе *Вам помочь?* дали 49 человек, а отрицательную – 56¹²). Следовательно, компетенция в области знания национальных особенностей общения может способствовать выработке толерантного общения не только между представителями разных культур, но и представителями одной культуры. Причём знание коммуникативных традиций русского народа является стержнем, позволяющим понимать, сохранять, оберегать и уважать родную культуру, не принижать её, столкнувшись с внешне привлекательными образцами иноязычной культуры.

Следует обратить внимание и на то, что в настоящий момент в нашем обыденном общении происходят процессы формирования или изменения речевого воплощения некоторых социальных ролей. Так, например, С.А. Рисинзон отмечает изменения в этикетном поведении покупателей и продавцов за последние 10 – 15 лет (особенно в магазине): по её мнению, «оно стало почти диаметрально противоположным»; в поведении водителей и пассажиров в маршрутном такси. «Во всех рассматриваемых ситуациях, – пишет автор, – сформировался новый стандарт этикетного поведения, «образ прошлого»¹³, влияющий на последующее коммуникативное взаимодействие»¹⁴. При всей важности сделанных С.А. Рисинзон наблюдений, всё-таки,



на наш взгляд, пока ещё рано говорить о сформированности этикетного поведения, особенно потребителя. Во-первых, об этом свидетельствуют различные объявления в маршрутных такси, регламентирующие речевое взаимодействие водителя и пассажира, например, предписывается точно и громко сообщать о месте желаемой остановки, вовремя оплачивать проезд. Однако несоблюдение именно этих норм зачастую становится причиной конфликтов в транспорте. Во-вторых, нарочитая вежливость одного продавца или водителя может ярко контрастировать с откровенной грубостью другого, причём россияне всё ещё удивляет не столько грубость в сфере обслуживания, сколько вежливость: (водитель маршрутного такси обращается к пассажирам) — *Скажите пожалуйста / сколько свободных мест в салоне? — Три // Нет / четыре // — Спасибо большое //*. Реакция одного из пассажиров — *Кто это сказал / неужели водитель? А... Наверно дали указание быть вежливым // Как-никак «Дни славянской культуры» //*. Н.А. Бобарыкина в своей работе ««Ежели Вы вежливы», вы не современны? О конфликтных ситуациях в транспорте»¹⁵ пишет о том, что собранный ею материал не вселяет оптимизма. Автор приводит примеры агрессивного поведения водителей общественного транспорта, вот один из них: Водитель. — *Сколько мест в салоне? Пассажиры. — Нет мест // — Водитель. А почему одно место не оплачено? Женщина (посадившая на пустое место ребёнка). — Пусть садятся / я возьму ребёнка на руки // — Водитель. Нет / оплачивайте это место / я сказал //*¹⁶. Много аналогичных примеров представлено и в дипломной работе «Общение в городском транспорте» студентки Института филологии и журналистики СГУ Н.С. Шульженко: (водитель маршрутки во время поездки постоянно разговаривает по мобильному телефону, попутно успевая грызть семечки) пожилая женщина водителю: — *Парень / не боишься так врезаться? — Не первый раз еду // — Ты всё-таки поосторожней! — Не нравится / выходи!*¹⁷ Подобные действия и речь водителя являются грубым нарушением существующих правил поведения в общественном транспорте, нередко их нарушают и пассажиры: отвлекают водителя во время движения, слишком громко разговаривают, используют бранную лексику. По мнению многих исследователей, вежливость в сфере русского сервиса была и пока остаётся низкой¹⁸.

Иногда можно наблюдать полное безразличие к клиенту, пациенту, покупателю. Студентку из Швейцарии, например, проходящую практику в Саратове, привело в шок её взаимодействие с продавцом одного из крупных и довольно престижных магазинов: покупая канцтовары, студентка вынуждена была долго ждать, пока продавец закончит телефонный разговор, но так и не дождалась.

Происходящие социально-экономические изменения порождают новую культуру быта, которая, как и всё новое, принимается не сразу: необходим период адаптации. Нередко люди ощущают растерянность в выборе подходящего для ситуации общения образца речевого поведения. Так, например, не все положительно воспринимают назойливость продавца магазина в предложении товара (*Вам подсказать?; Берите // Я себе тоже такую (блузку) купила //*), излишнюю общительность официанта в ресторане (реакция клиентки 56 лет на неоднократный вопрос официанта *Вам понравилось блюдо? — Что он к нам пристал? Вообще-то официант должен быть незаметен //*). Вместе с тем опрос продавцов выявил то, что им не нравится в речи покупателей: дистанцирование, подчёркивание официальных отношений (*я вам деньги плачу // я вас не спрашиваю и др.*), претензии к цене и качеству товара (*задрали цены и др.*), подозрения в нечестности (*смотри не обмани // спекулянты!* и др.), угрозы (*я позволю в налоговую и др.*)¹⁹. Не всегда люди знают, как реагировать в таких ситуациях: в лучшем случае стремятся избежать речевого контакта, в худшем — вступают в словесные перепалки. В обыденном дискурсе формальное общение (стереотипное, ролевое) постоянно переплетается с неформальным («живым»), и часто можно наблюдать, как неумело осуществляется выбор между одним и другим. Недостаток «живого» общения в сфере обслуживания может приводить к обесцениванию речевого взаимодействия и даже грубости, а его избыток зачастую мешает нормальной работе²⁰.

Если подготовка специалиста предполагает обучение профессиональной этике и на основе этого в обществе складываются представления о том, каким должен быть врач, учитель, продавец или водитель, то роль потребителя различных услуг, будь то покупатель, пассажир, клиент, посетитель, пациент или зритель, складывается стихийно. Этикетное поведение потребителя (в том числе и речевое) определяется правилами общего этикета, но они не всегда действуют, возможно, потому, что когда-то усиленно насаждавшийся стереотип «клиент всегда прав» не только не изжил себя, но стал веским доводом в условиях новых экономических отношений. По мнению В.Б. Кучевского, этот лозунг дезорганизует взаимоотношения продавцов и покупателей, поскольку освобождает покупателя от ролевых обязанностей, а продавца — от ролевых прав²¹. В результате участились явления, которые просто невозможно было себе представить в XX в. и которые сейчас уже требуют принятия мер правового характера, например, непристойное поведение, брань на борту самолёта во время полёта. Потребление напитков и попкорна в кинотеатрах, ставшее неотъемлемой частью просмотра фильма, воз-



можно, скоро распространится и на театр, хотя в театре уже ощущается приход новой культуры: разговоры по сотовым телефонам во время спектакля вызвали необходимость специального предупреждения о необходимости отключить телефон, которое, однако, не всегда оказывается действенным. Поэтому чрезвычайно важным представляется формирование поведенческих и речевых стереотипов как предъявителя услуг, так и культурного потребителя.

Таким образом, исследование коммуникативной компетенции личности предполагает обязательный учёт социального аспекта. Выявление возрастной составляющей коммуникативной компетенции (коммуникативная компетенция ребёнка, молодёжи, старшего поколения), профессиональной (коммуникативная компетенция учителя, врача, военного, рабочего, представителей других профессий), статусно-ролевой (начальника, подчинённого, пациента, покупателя, пассажира; матери, отца, сына, дочери, брата, сестры и т.д.), гендерной поможет усилить практическую направленность в обучении культуре речи, определить и устранить те пробелы в культуре общения, которые человек ощущает в разных ситуациях, в разных условиях своего существования.

Примечания

- ¹ О понятии «коммуникативная компетенция» см.: *Гольдин В.Е., Сиротина О.Б., Ягубова М.А.* Русский язык и культура речи: Учебник для студентов-филологов. М., 2008.
- ² О коммуникативной компетенции см.: *Русская речевая культура: Учеб. словарь-справочник.* СПб., 2006. С. 10.
- ³ Там же.
- ⁴ См.: *Лопатин В.В., Лопатина Л.Е.* Русский толковый словарь. М., 2006.
- ⁵ О результатах анкетирования см.: *Шарандин А.Л.* Состояние современной культуры речи в студенческом восприятии (на материале анкетирования) // *Проблемы речевой коммуникации.* Саратов, 2008. Вып. 8.
- ⁶ См.: *Сиротина О.Б.* Положительные и негативные следствия двадцатилетней «свободы» русской речи // Там же.
- ⁷ О семейном этикете см.: *Байкулова А.Н.* Семейный этикет (результаты наблюдений) // Там же.
- ⁸ См.: *Милёхина Т.А.* Речь одного и того же человека в разные периоды жизни России (1989 и 2007 гг.) // Там же.
- ⁹ О коммуникативных категориях см.: *Захарова Е.П.* Коммуникативные категории и нормы // *Хорошая речь.* Саратов, 2001; *Проблемы речевой коммуникации.* Саратов, 2008. Вып. 8.
- ¹⁰ См.: *Крысин Л.П.* Социоллингвистика // *Русское слово: Своё и чужое: Исследования по современному русскому языку и социоллингвистике.* М., 2004.
- ¹¹ О социальном статусе и его выражении см., например: *Карасик В.И.* Язык социального статуса. М., 1992.
- ¹² О результатах опроса продавцов см.: *Харченко Е.В.* Модели речевого поведения в профессиональном общении. Челябинск, 2003. С. 277–278.
- ¹³ О понятии «образ прошлого» см.: *Шмелёва Т.В.* Модель речевого жанра // *Жанры речи.* Саратов, 1997.
- ¹⁴ См.: *Рисинзон С.А.* Этикетная составляющая общения в городском транспорте (общение в маршрутном такси, на рынке и в магазине) // *Проблемы речевой коммуникации.* Саратов, 2008. Вып. 8. С. 20.
- ¹⁵ См.: *Бобарыкина Н.А.* «Ежели вы вежливы», вы не современны? О конфликтных ситуациях в транспорте // *Проблемы речевой коммуникации.* Саратов, 2008.
- ¹⁶ Там же.
- ¹⁷ См.: *Шульженко Н.С.* Дипломная работа «Общение в городском транспорте». Саратов, 2009.
- ¹⁸ О культуре повседневного общения см.: *Белянко О.Е., Трушина Л.Б.* Русские с первого взгляда. Что принято и что не принято у русских. М., 2002; *Стернин И.А.* Введение в речевое воздействие. Воронеж 2001; *Харченко Е.В.* Указ. соч. и др.
- ¹⁹ О результатах опроса продавцов см.: *Харченко Е.В.* Указ. соч. С. 277–278.
- ²⁰ О ролевом и межличностном общении в сфере обслуживания см.: *Кучевский В.Б.* Психология общения продавца и покупателя: Учеб. пособие для студ. коммерческих ин-тов. М., 1993; *Ушакова Н.В., Козлов Н.И., Егидес А.П.* Основы психологии общения для бортпроводников. М., 1990; *Харченко Е.В.* Указ. соч.
- ²¹ См.: *Кучевский В.Б.* Указ. соч.