

## КОММУНИКАТИВНЫЕ КАЧЕСТВА И КОММУНИКАЦИОННЫЕ УМЕНИЯ В СТРУКТУРЕ ГРАЖДАНСТВЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ШКОЛЬНИКА

Вагайцева Е.С.

*ГОУ ДПО (ПК) С «Кузбасский региональный институт повышения квалификации и переподготовки работников образования», Кемерово, e-mail: dialog\_24@list.ru*

---

Приведено описание исследования, подтверждающего значимость в структуре гражданской ответственности как интегративного качества личности субъекта информационного общества, таких ее (гражданственности) составляющих, как коммуникативные качества и коммуникационные умения. Представлен алгоритм деятельности школьников при создании информационных продуктов гражданской тематики. Описаны особенности организации деятельности четырех групп школьников по созданию информационных продуктов, которые были сформированы педагогом-куратором по принципу общности результатов диагностики, выявившей уровень сформированности гражданских знаний, коммуникативных качеств, коммуникационных умений, а также наличие и характеристику опыта создания информационного продукта. Результаты исследования подтверждают, что коммуникативные качества и коммуникационные умения необходимы школьнику на каждом этапе создания информационного продукта, данный же вид деятельности способствует формированию гражданской ответственности школьников как субъектов информационного общества.

---

Ключевые слова: гражданственность, коммуникативные качества, коммуникационные умения, деятельность по созданию информационного продукта, информационный продукт гражданской тематики.

## COMMUNICATIVE QUALITIES AND COMMUNICATIVE ABILITIES IN THE FRAMEWORK OF CIVICISM OF THE MODERN PUPIL

Vagaytseva E.S.

*Kuzbass Regional Institute of Advanced Training and Retraining of Educators, Kemerovo, e-mail: dialog\_24@list.ru*

---

The article presents the description of the research, confirming the importance of such components as communicative qualities and communicative abilities in the framework of civicism as the integrative quality of a person that is a subject of the information society. The article presents the algorithm of the schoolchildren's activity while creating information products in the sphere of civic themes. There is the description of peculiarities of organization of four groups of schoolchildren while creating information products. These groups were formed by the curator teacher according to the principles of overall results of diagnostics that shows the level of formation of civic knowledge, communicative qualities, communicative abilities and also the presence and the characteristic of experience while creating information products. The results of the research confirm that communicative qualities and communicative abilities are essential for the pupil at each stage while creating information products, this type of the activity also contributes to the formation of civicism of the schoolchildren as subjects of the information society.

---

Keywords: civicism, communicative qualities, communicative abilities, the activity while creating an information product, an information product in the sphere of civic themes.

Приоритетом в сфере воспитания школьников сегодня является «развитие высоконравственной личности, разделяющей российские традиционные духовные ценности, обладающей актуальными знаниями и умениями, способной реализовать свой потенциал в условиях современного общества» [6]. Одна из ведущих базовых национальных ценностей современной России, согласно Федеральному государственному стандарту основного общего образования [7], Концепции духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России [1], другим основополагающим в области образования нормативно-правовым актам, – гражданственность, интегративное качество личности. В связи с этим социальный заказ на воспитание, формирующийся на основе потребностей общества с целью

его преобразования, ставит перед современной школой определенные задачи, связанные с воспитанием компетентного гражданина России.

Придерживаясь точки зрения, что содержание понятия «Гражданственность» обусловлено социально-историческими преобразованиями, определяется периодом развития государственности, господствующей идеологией, светским или религиозным мировоззрением, уровнем развития общества в целом и педагогической науки в частности, мы рассматриваем гражданственность современных школьников как личностное качество субъектов информационного общества, то есть общества, в котором информация становится продуктом и главной ценностью. Термином «Информационное общество», согласно общепринятым в науке воззрениям, мы обозначаем стадию исторического развития, переход к которой обеспечен особой ролью информации во всех сторонах жизнедеятельности общества, качественно новым уровнем производства, переработки и распространения информации [4]. Современные школьники должны быть, как и взрослые люди, занятые в сфере производства, вовлечены в процессы поиска, переработки и хранения информации. Они активные пользователи глобального информационного пространства, обеспечивающего доступ к различным информационным ресурсам, что является способом удовлетворения потребности членов информационного общества в информации и информационных услугах. Таким образом, занимаясь формированием гражданственности современных школьников, педагоги должны создавать условия для развития качеств личности, «отвечающих требованиям информационного общества, инновационной экономики, задачам построения российского гражданского общества» [6].

Структура гражданственности, как интегративного качества личности, субъекта информационного общества, по нашему мнению, представлена следующими компонентами: гражданская сознательность, включающая в себя гражданские знания и убеждения; гражданские качества, такие как духовно-нравственные, морально-волевые, коммуникативные, наряду с коммуникационными умениями; гражданская позиция, которую составляют гражданское поведение, опыт социально-значимой деятельности и рефлексия. Данные компоненты являются взаимосвязанными и обуславливающими по отношению друг к другу. Они есть три составляющих личности: когнитивно-ценностная, эмоционально-волевая и рефлексивно-деятельностная.

Отдельного внимания в структуре гражданственности как качества личности субъекта информационного общества заслуживают коммуникативные качества и коммуникационные умения. Термином коммуникативные качества мы обозначаем качества, необходимые для организации продуктивного общения, такие как точность речи, логичность, выразительность, ясность и доступность, общительность, доброжелательность, эмпатия, открытость,

инициативность, тактичность, гибкость. Коммуникативные умения же проявляют себя в деятельности, связанной с переработкой, хранением и распространением информации. Именно коммуникативные качества, наряду с коммуникационными умениями позволяют школьникам как субъектам информационного общества выразить свою гражданскую позицию, свои гражданские убеждения различными способами, в том числе в деятельности, связанной с переработкой, хранением и распространением информации. Подобного мнения придерживается З.Я. Капустина. Ученый обращает внимание на то, что среди качеств личности гражданина должны быть: приобретение положительного личностного, социального и эмоционального опыта общения; дифференцированное восприятие информации; а также наличие потребности в развитии и обобщении имеющихся коммуникативных способностей. Гражданственность как качество личности, по мнению З.Я. Капустиной, может быть сформирована при условии выстраивания (с помощью педагога или самостоятельно) нравственных коммуникаций, то есть обмена информацией морально-этического содержания. Ученый считает, что «человек предстает как Гражданин, когда он включен в социальную ситуацию, в которой он должен активно и свободно отстаивать свою позицию» [2], в том числе используя определенные коммуникативные качества и коммуникационные умения, навыки, опыт, становясь субъектом процесса социальной коммуникации. Социальная коммуникация понимается нами, согласно определению В.А. Соколова, как движение знаний, эмоциональных переживаний, волевых воздействий в социальном времени и пространстве [5]. Примерами такой коммуникации могут выступать и дружеская беседа, и школьный урок, и деловое общение, и телепередача, и компьютерный поиск информации.

Коммуникативные качества и коммуникационные умения проявляют себя, в первую очередь, в речевой коммуникации, являющейся частью языковой реальности. Опираясь на воззрения В.С. Мухиной [3], З.Я. Капустиной, мы придерживаемся той точки зрения, что языковая реальность – одна из исторически обусловленных реальностей (наряду с реальностью социального пространства, реальностью предметного мира и природного пространства), оказывающая влияние на степень развития гражданственности. Это особая реальность, в которой развивается, становится, реализуется и существует человек. «Язык выступает средством формирования и выражения солидарности, понимания, сотрудничества, согласия. Он источник глубинных установок на ценностное отношение к окружающему миру: людям, природе, Родине, к себе, самому языку», – утверждает З.Я. Капустина [2].

При формировании гражданственности школьников слово как атрибут языковой реальности может стать не только инструментом воздействия на воспитанников, но и средством осуществления деятельности, в которую воспитанники будут включены.

Например, в деятельность по созданию информационных продуктов. Термином информационный продукт мы обозначаем результат интеллектуальной, творческой деятельности, обеспеченный совокупностью данных, сформированной производителем для распространения в вещественной или невещественной форме. Примером информационных продуктов, созданных школьниками и способствующих формированию их гражданственности, могут стать сборник воспоминаний ветеранов и тружеников тыла, презентация об истории школы, видеоролик социальной рекламы, блог, посвященный социально значимым вопросам и т. п.

Создание информационного продукта подчинено следующему алгоритму: тема информационного продукта влечет за собой определение его формы; форма обуславливает (в случае необходимости) поиск партнеров; функционально-ролевое распределение предшествует собственно созданию информационного продукта (данный этап включает в себя работу с информацией, технологический процесс и представление или размещение информационного продукта); завершающим этапом является рефлексия. Освоение школьниками данного алгоритма предполагает наличие следующих навыков: анализ социальной ситуации (для определения значимости проблем социума и оценки возможности личного участия для их решения); способность вести конструктивный диалог; владение приемами позитивного общения (для определения темы, обоснования формы, поиска партнеров); выбор адекватного личному опыту вида деятельности (для осуществления функционально-ролевого распределения); поиск и анализ информации (полнота, достоверность, соответствие поставленной задаче и т.п.); оценка собственной деятельности (рефлексия).

Наблюдение за деятельностью школьников по созданию информационных продуктов подтвердило, что на каждом из этапов создания информационного продукта, согласно алгоритму, школьнику необходимы коммуникативные качества и коммуникационные умения, что является значимым для формирования гражданственности школьника как субъекта информационного общества. С целью подтверждения полученных в результате наблюдения данных, нами был разработан диагностический инструментарий, обеспечивающий выявление уровня сформированности гражданственности школьников. Показателями стали уровни сформированности гражданских знаний, коммуникативных качеств, коммуникационных умений (по шкале «высокий – средний – низкий»), опыт создания информационного продукта (по шкале «могу научить другого – могу создать самостоятельно – могу создать с помощью – опыта нет»). По принципу общности результатов проведенной диагностики были сформированы 4 группы школьников. В первую группу вошли школьники, имеющие высокий уровень сформированности гражданских

знаний и коммуникативных качеств, чьи коммуникационные умения представлены на среднем уровне, имеется небольшой опыт создания информационных продуктов, который школьники оценили как «могу создать информационный продукт, используя помощь». Вторая группа школьников отлична от первой по показателю «коммуникативные качества» (низкий уровень), несмотря на высокий уровень гражданских знаний и наличие коммуникационных умений и небольшого опыта создания информационных продуктов, представители данной группы не владеют приемами позитивного общения. Школьники, объединенные в третью группу, имеют средний уровень гражданских знаний и коммуникативных качеств, практически не обладают коммуникационными умениями (низкий уровень) и не имеют опыта создания информационных продуктов. Представители четвертой группы – школьники с низким уровнем гражданских знаний, средним – коммуникативных качеств, при этом обладают высоким уровнем коммуникационных умений и самостоятельно могут создать информационный продукт.

Дальнейшая работа по формированию гражданственности школьников была организована с учетом сформированных групп. Школьники каждой из групп под руководством педагога-куратора создавали информационные продукты невещественной (устный журнал) и вещественной формы (печатный сборник, видеоролик), следуя разработанному нами алгоритму.

Анализ результатов деятельности школьников каждой из групп позволил сделать следующие выводы. Уровень сформированности гражданских знаний определяет социальную значимость темы информационного продукта: чем выше уровень, тем больше социальная значимость темы. Так, представители первой группы школьников (высокий уровень гражданских знаний) предложили создать устный журнал, посвященный одному из дней воинской славы России: день победы русской эскадры под командованием П.С. Нахимова над турецкой эскадрой у мыса Синоп (1853 год), мотивируя свой выбор важностью события для России и недостаточной степенью его известности школьникам, несмотря на рассмотрение материала о Синопском сражении в ходе изучения дисциплины «История России». Представители же четвертой группы (низкий уровень гражданских знаний) испытывали определенные трудности при выборе темы информационного продукта гражданского содержания, коммуникативные качества и коммуникационные умения (средний и высокий уровни проявления для представителей данной группы) позволили разрешить сложившуюся ситуацию в работе данной группы путем обсуждения темы с партнерами и обращения к альтернативным источникам информации. В результате представители четвертой группы остановили свой выбор на такой теме устного журнала, как «Улицы города, носящие имена героев». Журнал, по совету педагога-куратора, было решено

представить школьникам младшего возраста, что позволит повысить воспитательный потенциал деятельности по созданию данного информационного продукта: будет организован межпоколенческий диалог, расширена целевая аудитория потребителей продукта, созданы условия для выражения школьниками собственной гражданской позиции.

Уровень коммуникативных качеств определяет успешность поиска партнеров при создании информационных продуктов, а также качество представления информационного продукта пользователям. Потенциального партнера необходимо убедить в том, что деятельность, которая не может быть осуществлена без его помощи, социально значима и принесет пользу не только создателям информационного продукта, но и его пользователям, включая самого партнера, то есть выразить свою гражданскую сознательность. Школьники, составляющие первую группу, владея навыками продуктивной коммуникации, смогли выстроить конструктивный диалог с потенциальным партнером, благодаря чему получили поддержку и помощь в создании информационного продукта.

Представители второй группы, обладая коммуникативными качествами, проявляющимися на низком уровне, испытывали определенные затруднения при общении с потенциальными партнерами. Представление устного журнала также потребовало определенных усилий. Представители четвертой группы, в которой коммуникативные качества представлены средним уровнем, а коммуникационные умения – высоким (в отличие от представителей второй группы, где коммуникативные качества представлены низким уровнем), смогли быстрее и качественнее выполнить такой этап алгоритма создания информационного продукта, как поиск партнеров; школьники не только организовали собеседование при личной встрече с потенциальными партнерами, но и смогли оформить свои просьбы о сотрудничестве в виде письменных запросов, разослав их посредством электронной почты потенциальным партнерам.

Коммуникационные умения, связанные с наличием опыта создания информационного продукта, позволяют успешно выполнить такой этап алгоритма, как собственно создание информационного продукта, а именно его подэтапы – работа с информацией и технологический процесс. Для представителей второй группы школьников, где коммуникационные умения представлены на низком уровне и опыта создания информационных продуктов нет, создать информационный продукт было сложнее всего, трудности преодолены в результате сотрудничества с партнерами, благодаря действиям педагога-куратора. Ребята действовали по инструкциям, шаблонам, от простых операций переходили к сложным.

Сравнение результатов проведенного после представления информационных продуктов исследования с результатами исследований, проведенных до организации

деятельности по созданию информационных продуктов, показал, что данная деятельность, организованная по предложенному нами алгоритму, способствует формированию гражданственности школьников как субъектов информационного общества. По каждому из показателей наблюдается переход на более высокий уровень проявления, за исключением представителей третьей группы, где коммуникативные качества по-прежнему проявляют себя на среднем уровне.

### Список литературы

1. Данилюк А.Я., Кондакова А.М., Тишков В.А. Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России. – М.: Просвещение, 2009. – 23 с.
2. Капустина З.Я. «Я-концепция» и становление гражданственности // Образование и общество. – 2005. – № 1. URL: [http://www.jeducation.ru/1\\_2005/75.html](http://www.jeducation.ru/1_2005/75.html).
3. Мухина В.С. Возрастная психология. – 10-е изд. – М.: Академия, 2012. – С. 17–28.
4. Коновалов В.Н. Политология. Словарь. М.: РГУ, 2010. URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/politology/70/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B5\\_%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE](http://dic.academic.ru/dic.nsf/politology/70/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE) (дата обращения: 17.01.17).
5. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – С. 9–36.
6. Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 29 мая 2015 г., N 996-р // Российская газета. – 2015. – 8 июня. URL: <https://rg.ru/2015/06/08/vospitanie-dok.html> (дата обращения: 17.01.17).
7. Федеральный Государственный образовательный стандарт основного общего образования (с изменениями и дополнениями): Приказ Минобрнауки РФ от 31.12.2015 N1577 «О внесении изменений в Федеральный Государственный образовательный стандарт основного общего образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 декабря 2010 г. N 1897»; URL: <http://base.garant.ru/55170507/> (дата обращения: 17.01.17).