

В.А.ФАЛИНА, канд. филол. наук, доцент, *fis@ispu.ru*

Ивановский государственный энергетический университет,

М.В.БАДЕЛИНА, канд. филол. наук, доцент, *mvbadelina@mail.ru*

Сургутский институт нефти и газа

V.A.FALINA, PhD in philol., associate professor, *fis@ispu.ru*

Ivanovo State Energy University,

M.V.BADELINA, PhD in philol., associate professor, *mvbadelina@mail.ru*

Surgut Institute of Oil and Gas

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЛИЧНОСТИ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА УНИВЕРСИТЕТА

В статье рассматривается аксиологическая составляющая современного высшего образования, анализируются личностные характеристики студента высшей школы с позиции его социокультурных ожиданий и речевых потенций.

Ключевые слова: аксиологическая характеристика личности, социокультурный и коммуникативный потенциал личности.

AXIOLOGICAL CHARACTERISTIC OF A MODERN STUDENT'S PERSONALITY

The article is devoted to the study of the component of modern Higher Education, the analysis of personal characteristic of a student due to his/her sociocultural expectations and verbal abilities.

Key words: axiological characteristic of a personality; sociocultural and communicative potential of a personality.

Динамика развития современной высшей школы напрямую связана с переходом на федеральные государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования, которые призваны обеспечить подготовку профессионалов, свободно конкурирующих на рынке труда, успешно реализующих свой научный и социокультурный потенциал.

В этой связи актуален вопрос определения целостной аксиологической характеристики личности современного студента, профессиональное становление которого должно быть соотнесено с его личными (подлинными или мнимыми) представлениями о социокультурных, гражданских и академических ценностях современного индустриального общества [2, 4]. Раскрытие ценностных ха-

рактеристик студента университета и должно стать отправной точкой для дальнейшего формирования его общекультурных и профессиональных компетенций.

Естественно, что прежде чем решать собственно образовательные задачи, педагогу важно иметь наиболее точное представление о личности современного студента для того, чтобы наиболее эффективно организовать учебный процесс с учетом общих личностных характеристик учащегося, с одной стороны, и с учетом современных социальных требования к нему как к будущему специалисту, с другой стороны.

Каковы социокультурные потребности современного студента университета? Как он ориентируется в современном информационном пространстве? Способен ли он к

самореализации в процессе учебной, профессиональной и деловой коммуникации? Эти и другие вопросы стали базовыми в развернутом анкетировании (в данной работе слова «анкета» и «опрос» даются как абсолютные синонимы) студентов первого курса очной и заочной форм обучения двух технических вузов России – Ивановского государственного энергетического университета и Сургутского института нефти и газа (филиала Тюменского государственного нефтегазового университета). В опросе приняли участие 158 студентов первого курса очной формы обучения и 132 студента первого курса заочной формы.

Такого рода диагностика позволяет предельно точно воссоздать общий социокультурный и речевой портрет учащегося высшей школы. Поэтому в данном случае основными задачами исследования были, во-первых, выявление основных аксиологических характеристик личности современного студента и, во-вторых, определение перспектив дальнейшего воспитания речевой культуры будущего специалиста. Для максимальной объективности анкетирование проводилось на первых лекциях курса «Русский язык и культура речи», т.е. в тот момент, когда учащиеся вузов имели смутное представление о цели и задачах дисциплины.

При анализе уровня коммуникативной культуры личности студента мы опирались на трехуровневую структуру его оценки:

- когнитивно-ценностный уровень – уровень социокультурных знаний и ценностей студента;
- мотивационный уровень – уровень, характеризующий мотивы и интересы студента;
- прагматический уровень – уровень, определяющий деятельностный компонент языковой культуры студента.

Первые вопросы анкеты должны были определить когнитивно-ценностный уровень личности студента. С этой целью были заданы вопросы, направленные на выявление отношения современных молодых людей к средствам массовой информации. Так, вопрос: *Какие журналы Вы читаете?* – имел

четыре варианта ответа. При этом учитывался гендерный аспект, т.е. предлагались и «женские», и «мужские» журналы. Также респондентам следовало указать журналы, которые не вошли в анкетирование. Диагностика показала, что студенты первого курса в основном охотно читают периодические издания (причем как глянцевого, так и журналы узкоспециальной направленности), но 13 % вообще не интересуется СМИ. Наиболее популярными рубриками молодые люди назвали спортивные новости (45 %), анекдоты (41 %), секс (38 %), политику (18 %), работу (18 %), культуру (8 %). Сходная статистика наблюдается в вопросе о регулярно просматриваемых телепередачах: 70 % опрошенных интересуется развлекательными программами, музыкальными и спортивными. И лишь немногие – 20 % – информационными и познавательными, 10 % респондентов не смотрят телевизор вообще.

Также нам важно было определить влияние Интернета на формирование ценностных ориентиров и потребностей студентов технического профиля обучения. Нельзя не согласиться с мнением о том, что «сам по себе факт использования Интернета в минимальной степени характеризует социальную общественность... Пожалуй, существенным здесь выступает то, зачем именно пользователи входят в виртуальное пространство» [1, с.59]. Ответы на вопрос: *С какой целью Вы пользуетесь Интернетом?* – были предсказуемыми. Например, современные студенты предпочитают библиотекам Интернет, где быстро и эффективно находят информацию по учебному процессу (70 % респондентов), узнают политические и культурные новости (23 %). С помощью Интернета молодежь знакомится (29 %), общается посредством электронных писем, ISQ (40 %), посещает тематические форумы (12 %), играет в он-лайн игры (9 %). И хотя XXI век – время новейших технологий, 10 % опрошенных студентов не пользуется Интернетом.

Опрос также показал, что молодые люди по-разному видят ответ на вопрос: *Что Вы понимаете под культурой общения?* Для сравнения возьмем общепринятое опреде-

ление данного понятия и варианты ответов опрошенных студентов. Согласно «Большому толковому словарю по культурологии», в основе культуры общения «лежит гуманитарное отношение человека к человеку. Ее нормами являются вежливость, соблюдение условных и общепринятых способов выражения доброго отношения друг к другу, формы приветствий, благодарности, извинений, правила поведения в общественных местах, общения мужчин и женщин. Обязательные атрибуты культуры общения – тактичность, почтение, деликатность, предупредительность, обязательность» [3, с.210]. Половина респондентов данного анкетирования считает, что культура речи предполагает соблюдение этикетных формул и правил литературного языка. Однако 50 % опрошенных видит ответ иначе и предложили свое толкование термина. Отметим наиболее яркие трактовки. Культура общения – это умение не только правильно говорить, но и слушать собеседника; соблюдение норм морали; уважительное отношение к мнению оппонента; четкое использование языка в своих целях; способность грамотно высказать свою точку зрения; способ культурного обмена информацией; общение без ругательств, нецензурной лексики; способность человека вести общение на должном уровне. Как видно из вышеуказанных толкований «культуры общения», респонденты в целом имеют правильное представление о данном понятии. И соответственно, грамотно оценивают роль СМИ в вопросе: *Каким образом газеты, журналы и телевидение влияют на культуру общения?* Тридцать процентов считает, что СМИ поддерживают культуру общения, 25 % видит негативное воздействие СМИ, 10 % уверены в положительной динамике, 5 % утверждает, что СМИ никак не влияют на культуру общения и 30 % респондентов ответили так: некоторые СМИ повышают культуру общения, а некоторые снижают.

Во втором блоке вопросов мы попытались выявить интересы и ожидания современного студента, чтобы определить его мотивационный уровень. С этой целью был предложен вопрос: *Считаете ли Вы,*

что Вам нужен курс «Русский язык и культура речи?» Подавляющее большинство молодых людей – 85 % – хотят изучать данный предмет в рамках высшей школы, так как, во-первых, желают быть образованными людьми (45 %), во-вторых, видят практическую значимость дисциплины в своей будущей профессиональной деятельности (35 %) и, в-третьих, стремятся к лидерству во всем (5 %). Тем не менее пятнадцать процентов опрошенных уверено, что нужный запас знаний у них уже имеется, поэтому курс «Русский язык и культура речи» им не пригодится и является лишним в техническом вузе... Правда, дополнительное анкетирование выявило, что после завершения обучения по данной дисциплине негативно настроенные студенты меняют свою изначальную позицию и сожалеют о завершении курса (13 % из вышеуказанных 15 %).

И наконец, перейдем к рассмотрению деятельностного компонента языковой культуры студента. Для начала в анкете мы предложили вопрос: *Как Вы разрешите сложную языковую ситуацию, возникшую в ходе общения?* Большинство опрошенных – 33 % – доверяет только словарям, поэтому воспользуется справочной литературой, причем печатной продукцией, а не размещенной в Интернете. Двадцать шесть процентов предпочитает обратиться к авторитетному для них лицу, 17 % выйдет из трудной ситуации интуитивно, но при случае обязательно проверит себя по словарю, 13 % найдет ответ в Интернете и 11 % дадут ответ произвольно. Как видно из опроса, студенты знают о существовании словарей и справочников, но далеко не все из них обращаются к справочной литературе, полагаясь на случайный выбор. Между тем вопрос: *Нужно ли Вам повысить культуру общения?* – многим респондентам показался неуместным. Так, всего лишь 25 % из опрошенных дали положительный ответ, 45 % студентов считает такой вариант ответа возможным, но как временную меру, а 30 % полностью уверены в своих знаниях и умениях и, соответственно, не видят необходимости в повышении культуры речевого поведения.

Итак, подведем итоги. С помощью данной анкеты мы получили достаточно четкое представление о социокультурном и лингвокультурном потенциале современного студента-первокурсника, который проявляет интерес к периодической литературе, является активным пользователем Интернета и считает себя образованным носителем русского языка. Но вместе с тем существуют и пробелы в знаниях и умениях будущих специалистов, как-то: трудности при решении сложных языковых задач, отсутствие интереса к языковым вопросам современного русского языка, относительная инертность в расширении кругозора в области культуры и изучении родного языка.

Таким образом, результаты проведенного диагностического исследования определили необходимость дальнейшего развития у современных студентов таких важных базисных ценностей, как интеллектуальное, в том числе речевое, развитие, критическое мышление, профессиональная мобильность, социальная ответственность и гражданская мобильность, способность к стратегическому партнерству. Развитие данных ценностных характеристик на занятиях по русскому языку и культуре речи с учетом междисциплинарных связей позволит обеспечить качественную подготовку студента вне зависимости от профиля вуза.

линарных связей позволит обеспечить качественную подготовку студента вне зависимости от профиля вуза.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бляхер Л.Е. К вопросу об исследовании социальной структуры российской интернет-аудитории / Л.Е.Бляхер, О.Ю.Павленко // Высшее образование сегодня. 2011. № 2. С.57-60.
2. Кирьянова А.В. Аксиологическая парадигма современного университетского образования // Высшее образование сегодня. 2011. № 1. С.19-21.
3. Кононенко Б.И. Большой толковый словарь по культурологии. М., 2003.
4. Левицкая И.А. Оценка социокультурных компетенций студентов и особенности ее формирования в техническом вузе // Высшее образование сегодня. 2011. № 2. С.44-46.

REFERENCES

1. Blyakher L., Pavlenko O. On the study of the social structure of the Russian Internet audience // Higher education today. 2011. № 2. P.57-60.
2. Kiryanova A. An axiological paradigm of modern university education // Higher Education today. 2011. № 1. P.19-21.
3. Kononenko B. Big Dictionary of Culture. Moscow, 2003.
4. Levitskaya I. Evaluation of social competence of students and especially its formation in technical colleges // Higher education today. 2011. № 2. P.44-46.