

мире. Дальнейшая работа будет направлена на формирование глобальных компетенций и расширение использования инновационных образовательных практик.

Библиографический список

1. Указ Президента РФ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года». URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202405070015?ysclid=lwjht346y3161725548> (дата обращения: 05.02.2025).
2. Рабочая программа курса внеурочной деятельности «Функциональная грамотность: учимся для жизни (основное общее образование)» https://edsoo.ru/wp-content/uploads/2023/08/ВУД_Программа-курса-внеурочной-деятельности.-Функциональная-грамотность-ООО_Новая.pdf?ysclid=m6sc0hh9o5238574742 https://edsoo.ru/wp-content/uploads/2023/08/ВУД_Программа-курса-внеурочной-деятельности.-Функциональная-грамотность-ООО_Новая.pdf?ysclid=m6sc0hh9o5238574742 (дата обращения: 05.02.2025).
3. Акопьян В.А. Организационно-педагогические условия формирования функциональной грамотности школьников: региональная специфика // Ярославский педагогический вестник. – 2024. – № 6 (141). – С. 20–28.

УДК 378

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ДИРИЖЕРА

Арюткин Виталий Александрович

Самарский государственный институт культуры,

«Саратовская государственная консерватория имени Л.В. Собинова» (Саратов)

Аннотация: В статье рассматриваются основные понятия, связанные с выстраиванием коммуникативной стратегии дирижера, отмечается их значение в процессе репетиции и исполнения, а также влияние на конечный результат – звучание оркестра. Дирижирование представляет собой сложный процесс, в котором взаимодействует множество факторов, включая музыкальную интерпретацию, технические навыки и коммуникативные стратегии. Дирижер не только управляет исполнением произведения, но и служит связующим звеном между партитурой и её звуковой реализацией в оркестре.

Ключевые слова: дирижирование, способности дирижёра, стратегия, коммуникативная стратегия.

Вряд ли нужно объяснять, кто такой дирижер и какую роль он играет. Даже неподготовленная аудитория понимает, что ни оперный спектакль, ни концерт оркестра или хора не могут обойтись без дирижера. Дирижер, взаимодействуя с оркестром, выступает в роли интерпретатора исполняемого произведения. Однако искусство дирижирования до сих пор остается одной из наименее исследованных и малоизученных областей музыкального исполнительства. Каждая сторона деятельности дирижера включает в себя множество проблем, и споры о вопросах дирижирования часто заканчиваются пессимистичным выводом: «Дирижирование – это темная область!» [1, с. 2].

Выдающиеся дирижеры (Н.А. Малько, А.М. Пазовский, К.П. Кондрашин, И.А. Мусин, Г.Л. Ержемский, К.Б. Птица, П.Г. Чесноков и Н.М. Данилин), поднимали вопрос о значении специальных способностей дирижёра в его профессиональной деятельности. А.А. Егоров, называя необходимые качества дирижера, подчеркивал: «Дирижер должен обладать сильной волей, настойчивостью, необходимой выдержкой и умением правильно подойти к разучиванию музыкального произведения: он должен уметь добиваться точного и безусловного выполнения всех своих указаний. Ни одна незначительная интонационная, ритмическая, динамическая или другая ошибка не должна оставаться незамеченной процесс разучивания должен вестись с неослабной энергией и убедительностью». Стиль руководства, который можно понимать как коммуникативную стратегию, применяемый для решения производственных задач, также существенно влияет на успешность работы коллектива.

Выделяется несколько типов руководства: – авторитарный, при котором большинство решений принимает руководитель, игнорируя мнение членов коллектива;

– демократический, основанный на признании прав подчиненных участвовать в принятии решений и действиях коллектива, предоставляя им возможности для проявления инициативы и самостоятельности.

– попустительский тип управления, при котором ни руководитель, ни коллектив не обсуждают и не участвуют в развитии коллектива и не определяют его перспективы.

Понимая стиль руководства за коммуникативную стратегию дирижера, можно определить его основы элементы: создание взаимных психических связей и коммуникации с исполнителями, обмен информацией между участниками творческого процесса, а также взаимное влияние и психологические воздействия. Все эти элементы тесно взаимосвязаны и не могут функционировать отдельно друг от друга.[2, с. 52].

Стратегия (др.-греч. – искусство полководца) – общий, недетализированный план, охватывающий длительный период времени, способ достижения сложной цели в какой-либо деятельности человека [3]. Задачей стратегии является эффективное использование имеющихся ресурсов для достижения основной цели (стратегия как способ действий становится особо необходимой в ситуации, когда для прямого достижения основной цели недостаточно наличных ресурсов). Коммуникативные процессы, как и военные действия, не хаотичны: «структурность и целенаправленность – вот две важнейшие характеристики всякой специфически человеческой деятельности» [4,с. 27].

Несмотря на то, что в современных исследованиях понятие «стратегия» используются уже давно и успешно, до сих пор теоретическая природа коммуникативных стратегий остается неопределенной, следовательно, преждевременно говорить и о создании (существовании) их универсальной и всеобъемлющей классификации. Самым успешным способом коммуникации является наш язык, обратимся к исследованиям лингвистов о коммуникативной стратегии.

Рассмотрим ряд определений понятия «коммуникативная стратегия», предложенных отечественными учеными. Так, О.С. Иссерс под коммуникативной стратегией понимает «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели», включающий в себя планирование процесса общения, а также его реализацию с учетом отдельно взятой коммуникативной ситуации [5, с. 70]. Уточняется, что стратегия представляет собой некий «когнитивный план общения, посредством которого контролируется оптимальное решение коммуникативных задач говорящего в условиях непроинформированности по поводу действий партнера» [5, с. 56].

Речевая стратегия рассматривается как «план оптимальной реализации коммуникативных намерений, который учитывает субъективные и объективные условия и факторы, в которых протекает коммуникационный акт и которые обуславливают внутреннюю и внешнюю текстовую структуру и применение конкретных языковых средств» [6, с. 45]. Подчеркивается принципиальность учета как языковых, так и неязыковых элементов ситуации общения в ходе планирования средств воплощения прагматических целей говорящего, что соотносится и с определением, которым понимается коммуникативная стратегия как «часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения определённой коммуникативной цели» [7].

Известная представительница уральской лингвистической школы Г.А. Копнина трактует речевую стратегию как «общий мыслительный план, или общую психологическую линию речевого поведения, определяемую интенцией и коммуникативной целью (целями) говорящего / пишущего на основе осознания коммуникативной ситуации как совокупности факторов, влияющих на планирование и реализацию речевой коммуникации (время и место коммуникации, интенции участников коммуникации, их профессиональные, возрастные, гендерные, этнические характеристики, социальные статусы и роли, особенности характера, тип межличностных отношений, эмоциональное состояние и другие факторы)» [8, с. 56]. Таким образом учитывается максимальный объем экстралингвистических факторов в процессе планирования высказывания.

Л.Ю. Веретенкина описывает коммуникативную стратегию как представленную в определённом временном отрезке установку автора сообщения, характеризующуюся восприятием партнера по общению неким средством реализации поставленных целей, неосознанно обрабатывающим эксплицитные и имплицитные смыслы, заложенные в тексте [9, с. 178].

Приходим к выводу, что коммуникативная стратегия представляет собой некий вектор развития коммуникативного акта, долгосрочный план, содержащий множество вариантов реализации речевой деятельности адресанта с учетом предполагаемой ответной деятельности (речевой и неречевой) реципиента в условиях конкретной коммуникативной ситуации, способствующей установлению и поддержанию контакта, а, следовательно, и организации интерактивной деятельности коммуникантов.

Адаптируя термин «коммуникативная стратегия» в сферу профессиональной деятельности дирижёра, следует отметить, что не только дирижер общается с участниками творческого коллектива (невербально) но и музыканты-исполнители устанавливают коммуникативные связи, прежде всего, со слушателями. Через звуки музыканты стремятся донести или поделиться своими эмоциями. В музыкальном коллективе такое взаимодействие также происходит между всеми участниками оркестра. Это особенно ярко проявляется во время репетиций, когда все стараются прийти к общему мнению.

Одним из основных средств коммуникативной стратегии дирижера является партитура, которая содержит в себе не только ноты, но и указания по динамике, артикуляции, темпу и другим аспектам исполнения. Однако партитура – это лишь начальная точка; дирижер интерпретирует ее, основываясь на своих знаниях, опыте и художественном видении. Каждый дирижер имеет свой уникальный подход к интерпретации музыкального произведения. Это может включать в себя исторический контекст (понимание эпохи, в которой было написано произведение), что позволяет дирижеру принимать обоснованные решения о стиле исполнения (эмоциональная связь с музыкой, темп, динамика и др.). Для продуктивной работы дирижёр должен

эффективно передавать свои идеи и намерения музыкантам-исполнителям, что требует использования различных коммуникативных стратегий.

Наличие в современной науке большого количества дефиниций коммуникативной стратегии, свидетельствует о целесообразности классификации рассматриваемого нами явления на основании различных подходов (функционального, структурного, психологического, прагматического и ряда других). Т.А. ван Дейк предлагает классификацию, основанную на прагматической цели адресанта и выделяет две основные стратегии: положительной самопрезентации и негативной репрезентации оппонента [10, с. 238-246]. В некоторых работах им соответствуют такие синонимичные термины, как, например, кооперативные и некооперативные (или конфронтационные) стратегии.

Ряд исследователей, опираясь на принцип функциональности и учитывая степень «глобальности» коммуникативных намерений адресанта, подразделяют речевые стратегии на основные (в некоторых исследованиях – суперстратегии, общие, родовые, генеральные, глобальные или базовые стратегии) и вспомогательные (частные стратегии или субстратегии). Так, например, О.С. Иссерс к основным стратегиям относит семантические и когнитивные стратегии, такие как дискредитация и подчинение. Вспомогательные стратегии, способствуют реализации общей стратегии и подразделяются на прагматические (коммуникативно-ситуационные) стратегии, такие как самопрезентация или эмоционально настраивающие стратегии, диалоговые стратегии, отвечающие за контроль над пониманием темы, инициативой и т. д., а также риторические стратегии [5, с. 58].

Принимая во внимание современную тенденцию «инфотеймента» (целенаправленного разбавления фактической информации элементами развлекательного характера – рекламой, ребусами, анекдотами, фотографиями, не связанными непосредственно с сообщением), зачастую с преобладанием последних [11, с.174]), целесообразным кажется добавление к уже ставшим «классическими» стратегии на понижение (дискредитации противника), стратегии на повышение (возвышение над противником) и стратегии театральности (ориентация на реципиента информации) [6,с.57].

Коммуникативные стратегии также классифицируют по сферам воздействия (когнитивную, аксиологическую, эмоциональную базу). Так, С.Ю. Полуйкова подразделяет манипулятивные стратегии на:

- 1) рациональные (воздействие оказывается на когнитивную базу реципиента);
- 2) эмоциональные (нацелены на стимуляцию у адресата определенных эмоций, способствуя тем самым «блокировке» критического осмысления полученной информации);
- 3) смешанные (одновременное обращение к эмотивному и рациональному мышлению) [12, с. 64].

Рассмотрев природу феномена «коммуникативной стратегии» с позиций теории речевой деятельности, рассмотрим инструменты её выстраивания с позиции дирижёра. Невербальная коммуникация дирижера включает в себя использование различных выразительных движений, таких как мимика, жесты, интонация. Эти средства помогают дирижёру передавать эмоционально-образное содержание музыкального произведения, отношение к нему и актуальной ситуации, а также личностные особенности.

Основным инструментом дирижера является жест. Правильная техника жеста позволяет: – устанавливать темп (ясные и четкие движения рук помогают музыкантам синхронизировать свое исполнение);

– передавать динамику (изменение амплитуды движений рук может говорить о необходимости изменения громкости);

Вместе с тем, сопряжение деятельности участников процесса общения становится возможным «благодаря системному функционированию основных составляющих коммуникативной стратегии» [13, с. 102], а именно:

- определенной прагматической и коммуникативной цели;
- условий ее достижения (коммуникативной ситуации);
- средств достижения поставленной цели;
- плана выражения и плана содержания;
- результата реализации коммуникативной деятельности (последующей речевой и неречевой деятельности объекта воздействия)» [13, с. 102].

Поскольку наиболее выразительными в мимической палитре являются брови, глаза, рот и губы, именно им уделяется специальное внимание, при этом подчёркивается, что информацию музыкантам-исполнителям несёт их «ансамбль» в целом. Овладение мимикой как одним из средств управления оркестром имеет принципиальное значение для дирижера [14].

Вербальные коммуникации дирижера включает в себя различные формы общения. Например, художественно-вербальная коммуникация, которая образуется между дирижёром и зрителями-слушателями, когда дирижёр выступает со вступительным словом, поясняя содержание программы и образный строй музыки. Технически-вербальная коммуникация – это словесные команды дирижёра оркестру, носящие технический характер, а также объявление исполняемого репертуара перед началом игры.

В репетиционном процессе вербальная коммуникация помогает дирижёру разъяснять и обосновывать свои художественные требования, доносить до участников оркестра основной смысл и различные грани исполнительской трактовки. Речь дирижёра должна быть лаконичной, конкретной и точной, опираться как на музыкальную терминологию, так и на живописные или поэтические ассоциации.

Таким образом, вербальная и невербальная коммуникация представляют собой две значимые формы взаимодействия между дирижером и музыкантом-исполнителем, которые имеют важное значение для передачи сообщений, эмоций и мыслей. Вербальная коммуникация включает в себя устные или письменные слова для передачи информации, в то время как невербальная коммуникация охватывает язык тела, мимику, жесты и визуальные способы общения без слов.

Одной из главных задач дирижера является создание гармоничного звучания оркестра, что требует не только технического мастерства, но и умения работать с индивидуальностью каждого музыканта.

Для создания единого звучания оркестра дирижёр выполняет следующие задачи: с помощью дирижёрской палочки задаётся ритмический рисунок (сетка), показываются вступления и требуемая громкость для всех инструментов оркестра; выстраивается баланс звука путём контролирования громкости и интонации звучания отдельных инструментов и групп оркестра, обеспечивая баланс и гармонию игры всего оркестра; диктуется концепция прочтения произведения, так как даже если в нотах композитором прописан темп и характер, субъективное понимание темпа и характера музыки у каждого музыканта своё. Дирижёр решает за всех музыкантов, кому как играть, чтобы получился гармоничный ансамбль. На время исполнения музыки

дирижёр жестами обозначает своеобразную сетку, которая даёт музыкантам представление о точном моменте звучания.

Эмоциональная связь между дирижером и музыкантами играет ключевую роль в создании единого звучания. Дирижер должен уметь вдохновлять музыкантов, создавая атмосферу доверия и взаимопонимания. Эмоциональная связь дирижёра с коллективом проявляется в его способности передавать эмоциональное содержание музыки, вызывать ответную эмоциональную реакцию у исполнителей, а также вызывать сопереживание слушателей. Эмоциональность дирижёра, с одной стороны, отражает содержание музыкального произведения, а с другой – обусловлена процессом совместной деятельности с коллективом и их межличностными отношениями. Поскольку дирижёр не является непосредственным исполнителем, он должен не только эмоционально прочувствовать драматургическое содержание произведения, но и суметь передать своё эмоциональное состояние исполнителям. Большое значение в установлении эмоциональной связи между дирижёром и коллективом имеет зрительный контакт. Глаза руководителя средство постоянной коммуникации с музыкантами, они отражают каждую мысль и эмоцию дирижёра.

Таким образом, коммуникативная стратегия дирижера является важнейшей частью процесса музыкального исполнения. От интерпретации партитуры до создания единого звучания оркестра каждая деталь требует внимательного подхода и мастерства. Исследование этих стратегий не только углубляет понимание искусства дирижирования, но и открывает новые горизонты для практики и обучения будущих дирижеров. Успешное взаимодействие между дирижером и оркестром приводит к созданию уникального музыкального опыта.

Библиографический список

1. Мусин, И.А. Техника дирижирования /И.А. Мусин – [2-е изд., доп.]. – Санкт-Петербург: Просветит.-изд. центр «ДЕАН-АДИА-М» : Пушкин. фонд, 1995. – 296 с.
2. Ержемский, Г.Л. Психология дирижирования/Г.Л. Ержемский – Москва: Музыка: 1988. – 80 с.
3. Ожегов С.И., Шведова Н.И. Толковый словарь русского языка/ С.И. Ожегов, Н.И. Шведова – Москва: Азбуковник. – 1949-1992. 928 с.
4. Леонтьев А. А. Прикладная лингвистика речевого общения и массовой коммуникации/ А.А Леонтьев – [2-е изд]. – Москва: Смысл, 2019. – 271 с.
5. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи/О.С. Иссерс – монография[5-е изд]. – Москва.: ЛКИ, 2008. – 284 с.
6. Михалева О.Л. Политический дискурс: специфика манипулятивного воздействия/О.Л Михалева – Москва: ЛИБРОКОМ, 2009. – 256 с.
7. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации / В.Б Кашкин URL: <http://www.dere.com.ua/library/kashkin/06.shtml>).
8. Копнина Г.А. Речевое манипулирование/Г.А. Копнина – [3,-е изд.]учебное пособие. Москва.: Флинта: Наука, 2018. – 170 с.
9. Веретенкина Л.Ю. Стратегия, тактика и приемы манипулирования // Лингвокультурологические проблемы толерантности Тезисы докладов Международной научной конференции – Екатеринбург, 24-26.10.2001: Изд-во Урал. ун-та. – С. 177-179.
10. Дейк Т.А.ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации – Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. – 344с.

11. Кастельс М. Власть коммуникации/М. Кастельс Пер. Н. Тылевич. Москва: Издательский дом ВШЭ, 2020. – 590 с.

12. Полуйкова С.Ю. Персуазивные стратегии в современном просветительском дискурсе // Вестник Пермского университета, 2010.

13. Муравлева В.Р. Прагмалингвистические особенности коммуникативной ситуации «информационная война»/В.Р.Муравлева (на материале печатных текстов СМИ): дис. канд. филол. наук. – М., 2021. – 18с.

14. Скрипкина Э.А. Мимика как средство невербального общения дирижера и пути его развития в классе дирижирования // Музыкальное искусство и образования. – 2016. – №1(13). – 178 с.

УДК 378.147

РОЛЬ ГЕЙМИФИКАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРАКТИКАХ

Астафуров Никита Юрьевич

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева

Аннотация: В статье анализируется процесс применения геймификации в образовании, рассматривается её влияние на мотивацию, вовлеченность и успеваемость учащихся. Исследование опирается на анализ научных публикаций, выделяя три основные темы: разработка и использование геймифицированных систем, применение игровых элементов и их воздействие на образовательный процесс. Вместе с тем, поднимаются этические вопросы, связанные с потенциальной манипуляцией и коммерциализацией геймификации, а также обсуждаются различные теоретические подходы к её изучению.

Ключевые слова: геймификация, геймифицированные системы, образование, мотивация, образовательные практики, игровые элементы.

В современном мире, где цифровые технологии проникают во все сферы жизни, образовательные практики сталкиваются с новыми вызовами и возможностями. Традиционные методы обучения часто оказываются малоэффективными для мотивации и вовлечения учащихся, особенно в условиях быстро меняющейся информационной среды [1]. В этой связи, геймификация, как применение игровых элементов в неигровых контекстах, в том числе в образовании, становится все более актуальной. Видеоигры, как форма внутренне мотивированного обучения, уже давно привлекают внимание исследователей из различных областей, а принципы игрового дизайна, такие как своевременная обратная связь и возможность учиться на ошибках, также важны для эффективного образовательного процесса [2]. Геймификация, как применение игровых элементов в неигровых контекстах, представляет собой не просто инструмент для повышения мотивации, а способ трансформирования взаимодействия учащихся с образовательным контентом [3]. Однако, этот подход не обходится без критики. Отмечается, что геймификация может использоваться для манипуляции поведением и продвижения коммерческих интересов [4]. Таким образом, возникает необходимость в комплексном исследовании потенциала геймификации в образовании, с учетом ее положительных и отрицательных сторон.