

Gabriela Gorąca

Rola nauczyciela języka obcego w rozwijaniu kompetencji komunikacyjnej ucznia w pracy projektowej nad tekstami reklamowymi

Lingwistyka Stosowana / Applied Linguistics / Angewandte Linguistik nr 1, 91-97

2009

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Gabriela GORĄCA

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza

Rola nauczyciela języka obcego w rozwijaniu kompetencji komunikacyjnej ucznia w pracy projektowej nad tekstami reklamowymi

W prezentowanej publikacji przedstawiona zostanie analiza kompetencji i funkcji, jakie pełni nauczyciel w pracy projektowej, której celem, podobnie jak w przypadku tradycyjnej formy zajęć, jest przygotowanie ucznia do efektywnego komunikowania się w języku obcym.

To nauczyciel w dużej mierze ponosi odpowiedzialność za rozwój kompetencji komunikacyjnej ucznia. Przy czym pamiętać trzeba przede wszystkim o tym, iż nauczyciel nie uczy języka obcego, lecz ukierunkowuje ucznia w procesie uczenia się: „Unter ‚Lernen‘ wird in der Psychologie und ihren Nachbardisziplinen ein internal ablaufender, nicht beobachtbarer Prozess der Änderung von Verhaltensdispositionen verstanden, während man mit ‚Lehren‘ die Gesamtheit der Aktionen bezeichnet, die in der Absicht unternommen werden, das Lernen von Menschen zu steuern” (por. Doyé 1995: 161)¹.

Ukierunkowanie ucznia na komunikację na zajęciach nie należy do zadań łatwych, szczególnie jeśli podejmuje się pracy z tekstami autentycznymi, np. tekstami reklamowymi. W niektórych podręcznikach można znaleźć ćwiczenia do krótkich tekstów reklamowych², które są godne polecenia. Trudno jednak znaleźć zadania o charakterze projektowym, które są korzystne dla uczącego się. Ponadto przeprowadzanie projektu na zajęciach z języka obcego napawa niejednego nauczyciela lękiem ze względu na brak informacji, jak w ogóle ów projekt monitorować oraz jakie umiejętności i kompetencje są nauczycielowi do tego potrzebne.

W celu określenia sposobu postępowania na zajęciach, zadań, kompetencji nauczyciela należy najpierw ustalić cele nauczania. Odniesienie do trzech płaszczyzn celów nauczania Heimanna (1965) wydaje się najodpowiedniejsze: (i) płasz-

¹ W psychologii oraz dyscyplinach pokrewnych pod pojęciem „uczenia się” rozumie się wewnątrzprzebiegający, nieobserwowalny proces zmiany dyspozycji dotyczących zachowania, podczas gdy „nauczanie” określa się jako całość działań, które są podejmowane w celu kierowania uczeniem się człowieka (tłum. G.G.).

² Zob. np. J.J. Wilson, A. Clare (2007: 128), M. Perlman – Balme, S. Schwalb, D. Weers (2006: 120).

czynna pragmatyczna (kompetencje), (ii) płaszczyzna kognitywna (wiedza) oraz (iii) płaszczyzna emocjonalna (postawy).

Wszelkie działania nauczyciela muszą być zatem dążeniem do osiągnięcia powyższych celów. Nasuwa się zatem pytanie: W jaki sposób nauczyciel ma rozwijać kompetencje, przekazywać wiedzę i kształtować postawy uczniów. Odpowiedź zdaje się być prosta. On sam musi przede wszystkim posiadać tę wiedzę oraz te kompetencje, oczywiście w stopniu bezwzględnie najwyższym. Roche (2008: 185) określa zakres wiedzy nauczyciela w sposób następujący: (a) „fachowa wiedza o kulturze docelowej, (b) wiedza o języku i konwencjach, normach, typach i rodzajach tekstów, (c) wiedza o sposobie funkcjonowania i zależności kulturowej tekstów, (d) wiedza o kulturze (krajoznawstwo) i celach instytucji i systemów kształcenia, (e) wiedza teoretyczna i metodyczna” (tłum. G.G.).

Z kolei kompetencje nauczyciela (językową, metodyczną, krajo- i kulturoznawczą, pedagogiczną oraz medialną) przejrzyście zarysował Pfeiffer (2001: 194), który mówi także o nabywaniu określonej wiedzy, ale i umiejętności jej stosowania. W przypadku kompetencji językowej autor podkreśla, iż składa się na nią nie tylko opanowanie wiedzy gramatycznej o języku obcym, lecz również opanowanie sprawności językowych dla celów komunikacji. Jeśli idzie o kompetencję metodyczną, należy ją rozumieć jako „umiejętność tworzenia i przeprowadzania efektywnych procesów glottodydaktycznych” (Pfeiffer 2001: 195). Natomiast nabycie kompetencji krajo- i kulturoznawczej nauczyciela wiąże się z umiejętnością wykorzystania wiedzy o kraju języka docelowego w przygotowaniu uczniów do komunikacji interkulturowej. Kolejna, kompetencja pedagogiczna, to umiejętność współpracy z innymi nauczycielami oraz uczniami. Ostatnia, kompetencja medialna, dotyczy nie tylko sprawnej obsługi mediów, lecz również znajomości ich różnorodnych funkcji na potrzeby nauczania języka obcego. Wszystkie te kompetencje są niezbędne do przeprowadzania projektu z tekstami reklamowymi. Projekt wymaga bowiem: (a) dobrego zaplanowania, aby mógł być w pełni zrealizowany, (b) wiedzy z zakresu kultury kraju docelowego ze względu na elementy kulturowe w reklamach, (c) sprawności językowej (rozumie się *per se*), (d) odpowiedniego podejścia metodycznego (projekt jest specyficzną formą pracy na zajęciach języka obcego, w związku z tym wymaga dobrego przygotowania metodycznego i dydaktycznego), (e) umiejętności kooperacji z zespołami uczniów pracującymi nad projektem oraz (f) umiejętności pracy z mediami (co przy pracy z tekstami reklamowymi, które w dużym stopniu są multimedialne, jest warunkiem koniecznym).

Po omówieniu kompetencji i wiedzy nauczyciela pozostaje także kwestia kształtowania postaw uczniów. Najważniejsze z nich to: otwartość, tolerancja i gotowość do komunikowania się. Nauczyciel, którego charakteryzuje empatia, kreatywność, komunikatywność oraz elastyczność, z pewnością podola budowaniu tych postaw. Ponadto warto rozważyć także funkcje, jakie pełni nauczyciel/wykładowca w kontekście pracy projektowej nad tekstami reklamowymi. Pfeiffer (2001: 121–141) wyróżnia 10 funkcji nauczyciela, które w przedłożonym artykule zostały dostosowane do pracy projektowej:

Funkcja organizacji

- faza predydaktyczna
 - zaplanowanie zajęć od doboru odpowiednich tekstów reklamowych przez opracowanie konspektów zajęć po wybraniu odpowiedniej metody nauczania
- faza dydaktyczna, której przeprowadzenie zależy jest od:
 - typu lekcji (np. rozwijanie kompetencji komunikacyjnej)
 - faz lekcji
 - prezentacji (np. przy zastosowaniu indukcji w języku wykładowym)
 - automatyzacji (memoryzacja przy zastosowaniu ćwiczeń przedkomunikacyjnych)
 - kontekstualizacji (utrwalenie kompetencji komunikacyjnej poprzez interakcję, samodzielne wypowiedzi)
 - testowania (kontrola stopnia opanowania nowych umiejętności komunikacyjnych studenta).
- faza postdydaktyczna (refleksja nad doбором metody, osiągnięciem zamierzonych celów, ulepszeniem przebiegu zajęć itp.).

Po krótkim przedstawieniu funkcji organizacyjnej można wyciągnąć wnioski, że nauczyciel powinien być dobrym planistą, który jasno stawia sobie cele i konsekwentnie dąży do ich realizacji. Nie od razu nauczyciel zdobędzie tę kluczową do osiągnięcia sukcesu dydaktycznego umiejętność, dlatego warto poddać pod rozważania zajęcia, które się właśnie odbyły, aby znaleźć odpowiedni sposób optymalizacji procesu nauczania.

Funkcja podawczo-naukowa: W przypadku zajęć projektowych dotyczących tekstów reklamowych trudno pominąć tę funkcję. Należy bowiem najpierw zaznajomić studentów z teorią komunikacji reklamy. Nie sposób bowiem tworzyć teksty reklamowe bez wiedzy np. jakie rodzaje reklamy wyróżniamy, jakie zawiera elementy leksykalne, semantyczne czy też strukturalne. Oczywiście funkcja ta nie może zdominować sposobu nauczania. Co więcej, powinna ona bazować na podejściu indukcyjnym, ponieważ celem zajęć języka obcego jest rozwijanie kompetencji komunikacyjnej przede wszystkim ucznia.

Funkcja kreacyjna: Nauczyciel doprowadza do interakcji nauczyciel – uczeń oraz uczeń – uczeń. Do jego zadań należy zatem stwarzanie sytuacji komunikacyjnych poprzez zadawanie pytań uczniowi oraz zarysowanie celu określonych zadań komunikacyjnych, które mają być wykonywane w parach lub grupach. Funkcja ta jest niezmiernie ważna przy przeprowadzaniu tzw. miniprojektów, które stanowią bazę doświadczeń do tworzenia projektów właściwych.

Funkcja aktywizacji: Heterogeniczność grupy jest często problematyczna, ponieważ jeżeli rozbieżności np. w stopniu opanowania języka obcego są duże, najczęściej do głosu dochodzą uczniowie zdolniejsi, natomiast słabsi wolą przyjąć postawę „wycofania”. Wówczas zaleca się, by nauczyciel postarał się zaktywować wszystkich uczniów, np. stawiając nieco słabszym uczniom łatwiejsze zadania.

Funkcja indywidualizacji: Funkcja indywidualizacji jest ściśle związana z wcześniej omówioną funkcją aktywizacji. Jak sama nazwa wskazuje, motywem nadrzędnym tej funkcji jest indywidualne podejście do ucznia. W pracy projektowej jest to zadanie bardzo istotne, gdyż: „Indywidualne podejście do każdego ucznia i akceptacja jego uwarunkowań idiosynkratycznych są podstawą do rozwijania motywacji wewnętrznej” (Lewicka 2008: 250). Rolą nauczyciela jest udzielanie uczniom informacji zwrotnej o ich postępach w pracy projektowej, a także zachęcanie do refleksji nad ulepszeniem niektórych zakresów.

Funkcja motywacji: Motywowanie uczących się języka obcego w naturalny sposób prowadzi do zwiększenia efektywności uczenia się. W przypadku uczniów słabszych wzmacnianie czy też w ogóle odbudowanie motywacji może stanowić punkt zwrotny w postrzeganiu przez nich języka obcego jako przedmiotu szkolnego czy akademickiego i zachęcić do samodzielności w uczeniu się go. Tylko nauczyciel zmotywowany jest w stanie obudzić motywację wśród uczących się. Düwell zwraca uwagę na zmianę ról nauczyciela oraz ucznia (przeniesienie punktu ciężkości na ucznia, przypisanie nauczycielowi funkcji doradcy) jako czynnik mający duży wpływ na budowanie motywacji ucznia (Düwell 2001:43).

Funkcja sterownicza: Jeszcze raz należy podkreślić, iż rola nauczyciela polega na ukierunkowaniu ucznia w procesie uczenia, a nie na nauczaniu. Lewicka wskazuje na niefortunną nazwę „nauczyciel” używaną w języku polskim i proponuje inne nazewnictwo: „Nazwa ta nie jest właściwa, ponieważ sugeruje, jakoby języka można było kogoś nauczyć. Nie może zatem to być nauczyciel, lecz raczej animator procesu glottodydaktycznego” (Lewicka 2007: 17).

Nauczyciel ma za zadanie moderować procesem uczenia się języka obcego, tzn. pokazywać różne techniki przyswajania języka obcego, a zatem wejść w rolę doradcy (por. Zawadzka 2004: 221).

Funkcja kontrolna: Przy pracy projektowej istotna jest również kontrola postępów, która odbywa się w trakcie samego procesu nauczania oraz na etapie postdydaktycznym. Wypełnianie funkcji kontrolnej przez nauczyciela ma mobilizujące znaczenie dla uczących się języka obcego, a także daje możliwość poprawienia ewentualnych błędów czy też niedociągnięć i uwzględnienia wskazówek nauczyciela w dalszych etapach pracy: „In regelmäßigen Besprechungen ergaben sich für die Lernenden und Lehrenden neue Aspekte, die für die weitere Gestaltung der Arbeit am Projekt entscheidend waren, (Schwerdtfeger 2000: 122)³.

Pełnienie tejże funkcji daje zarówno uczniowi, jak i nauczycielowi, wgląd w postępy w pracy projektowej w poszczególnych jej fazach, jak również jest swego rodzaju informacją zwrotną dla samego nauczyciela, na ile udało mu się przekazać wiedzę i właściwie ukierunkować uczniów.

³ W regularnych spotkaniach wyłoniły się dla uczących się i nauczających nowe aspekty, które były decydujące w dalszej pracy przy projekcie (tłum. G.G.).

Funkcja interpretatora kultury: Praca projektowa nad tekstami reklamowymi wymaga przejścia przez nauczyciela funkcji interpretatora kultury. Wiąże się ona bowiem z przekazywaniem wiedzy krajo- i kulturoznawczej o kraju języka docelowego: „Teksty reklamowe cechuje w stosunku do ich zwięzłości znaczne nagromadzenie nawiązań do innych tekstów czy zjawisk kultury ojczystej i danego kręgu kulturowego” (Schatte 2008: 92).

Funkcja opiekuna – wychowawcy: Przez funkcję opiekuna – wychowawcy należy rozumieć „rozwijanie osobowości ucznia oraz przygotowanie go do życia w zmieniających się warunkach społecznych” (Pfeiffer 2001: 122). Reklama dzisiaj jest wszechobecna, przyjmuje ona różne formy, przekazywana jest przez rozmaite media, jest zatem częścią kultury medialnej. W związku z tym warto podjąć się pracy nad tekstami reklamowymi przyjmując jednocześnie funkcję opiekuna – wychowawcy. Przygotowując uczniów do efektywnej komunikacji interkulturowej nauczyciel przekazuje idee tolerancji i akceptacji inności, gotowości zrozumienia i komunikowania się z użytkownikami języka obcego.

Do wymienionych funkcji nauczyciela, które powinien on wypełniać na zajęciach języka obcego na przykładzie pracy projektowej z tekstami reklamowymi, należy dodać jeszcze funkcję autonomizacji.

Funkcja autonomizacji: Autonomia ucznia w uczeniu się języka obcego jest niezbędna do osiągnięcia sukcesu. Aby osiąść umiejętność rozwijania w uczniu potrzeby samodzielnego uczenia się, nauczyciel jest niejako zobowiązany do wykształcenia najpierw własnej autonomii, która według Wiśniewskiej przejawia się następująco m.in. poprzez: (a) zdolność kontrolowania swojego procesu nauczania, (b) zdolność nauczania i doskonalenia językowego, (c) zdolność podejmowania niezależnych decyzji dotyczących nauczania oraz wykształcenia, (d) umiejętność swobodnego używania języka w nowych sytuacjach oraz (e) umiejętność posługiwania się językiem w celach komunikacyjnych na zajęciach języka obcego (por. Wiśniewska 2007: 123).

Funkcję autonomizacji należy zatem rozumieć jako zachęcanie ucznia do samodzielnej pracy w domu, jednocześnie pamiętając o tym, że etapem poprzedzającym winno być samodoskonalenie się nauczyciela.

Podsumowanie

Nauczyciel, a raczej animator procesu glottodydaktycznego w świetle konstruktywistycznych teorii nie stoi w centrum zajęć języka obcego. Jego zadaniem jest wspieranie, doradztwo, moderowanie procesu uczenia się. Przejmując rolę mentora, powinien skupić się na ukierunkowaniu ucznia, uświadamiając mu możliwości, z których uczeń mógłby skorzystać, a nie na egzekwowaniu tylko jednego określonego sposobu uczenia się. W pracy projektowej z tekstami reklamowymi przyjęcie innego podejścia przez nauczyciela niż moderowanie całym projektem nie miałyby

sensu. Praca projektowa opiera się bowiem głównie na pracy samodzielnej i twórczej. Ponadto trudno rozwijać kompetencję komunikacyjną ucznia, gdy to nauczyciel, a nie uczeń stoi w centrum procesu glottodydaktycznego.

Wymienione w artykule kompetencje i funkcje nauczyciela zostały odniesione do pracy projektowej, jednakże zaproponowane postrzeganie roli nauczyciela można i nawet trzeba odnieść także do tradycyjnych zajęć z języka obcego.

BIBLIOGRAFIA

- DOYÉ P. (1995) *Lehr und Lernziele*, w: Karl-Richard Busch, Herbert Christ, Krumm, Hans-Jürgen (red.): *Handbuch Fremdsprachenunterricht*, 3. überarbeitete und erweiterte Ausg. Tübingen/Basel: s. 161–166.
- DÜWELL H. (2001) *Motivation und Motivierung im Fremdsprachenunterricht*, w: Jung, U. (red.) *Praktische Handreichung für Fremdsprachenlehrer*, 3. Durchgesehene Auflage, Band 2. Bayreuther Beiträge zur Glottodidaktik. Frankfurt am Main, s. 38–45.
- HEIMANN P-O., GUNTER-SCHULZ W. (1965) *Unterricht. Analyse und Planung*. Hannover.
- LEWICKA G. (2007) *Glottodydaktyczne aspekty akwizycji języka drugiego a konstruktywistyczna teoria uczenia się*, Wrocław.
- LEWICKA G. (2008) *Motywacja do kreatywnych wykonań kognitywnych uczących się z perspektywy konstruktywistycznej teorii poznania*, w: K. Myczko, B. Skowronek, W. Zabrocki (red.). *Perspektywy glottodydaktyki i językoznawstwa. Tom jubileuszowy z okazji 70. urodzin Profesora Waldemara Pfeiffera*, Poznań, s. 107–114.
- PERLMANN-BALME M., SCHWALB S., WEERS D. (2006). *Em neu Brückenkurs. Deutsch als Fremdsprache. Niveaustufe B1*, Ismaning.
- PFEIFFER W. (2001) *Nauka języków obcych: Od praktyki do praktyki*, Poznań.
- ROCHE J. (2008) *Fremdsprachenerwerb. Fremdsprachendidaktik. 2 Auflage*. m.in. Basel.
- SCHATTE CZ. (2008) *Teksty reklamowe w nauczaniu języka obcego na poziomie zaawansowanym*, „Przegląd Glottodydaktyczny”, t. 24, 2008, Warszawa, s. 87–95.
- SCHERDTFEGER I.C. (2000) *Methodische Schritte für den Projektunterricht beim Lernen des Deutschen als Fremdsprache. Eine Diskussion mit projekterfahrenen Lehrenden*, w: H.-J. Krumm, P. R. Portmann-Tselikas (red.), *Theorie und Praxis. Österreichische Beiträge zu Deutsch als Fremdsprache 4/2000. Schwerpunkt: (Kindlicher) Fremdsprachenerwerb*, m.in. Innsbruck, s. 119–129.
- WILSON J.J., CLARE A. (2007) *Total English. Students' Book. Advanced*, Harlow.
- WIŚNIEWSKA D. (2007) *Current Issues in Teacher Autonomy*, w: „Glottodidactica. An international Journal of Applied Linguistics”, t. 23, 2007, Poznań, s. 117–127.
- ZAWADZKA E. (2004) *Nauczyciele języków obcych w dobie przemian*, Kraków.

**THE ROLE OF THE FOREIGN LANGUAGE TEACHER IN THE
DEVELOPING OF STUDENTS COMMUNICATIVE COMPETENCE
IN PROJECT WORK ON ADVERTISING TEXTS**

The aim of this paper is to show, how to understand the role of the foreign language teacher in the context of the developing in students communicative competence on the example of the project work on advertising texts.

The role of the foreign language teacher has changed. Namely we can observe the recent shift from teacher - centeredness to learner - centeredness in the glottodidactical process. Especially working on projects, related to creation of advertising texts by students, requires from the teacher taking on the role of an advisor (moderator) and supporting his students at the learning process.

Teacher competences and functions named by Pfeiffer should be taken into consideration by this specific form of classes as well. They are constantly up to date, that's why they were interpreted for the need of project working.

Słowa kluczowe: cele nauczania, kompetencja komunikacyjna, kompetencja językowa, kompetencja metodyczna, kompetencja krajo- i kulturoznawcza, kompetencja pedagogiczna, kompetencja medialna, funkcje nauczyciela, projekt, teksty reklamowe