

УДК 378

ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ БУДУЩИХ БАКАЛАВРОВ МЕНЕДЖМЕНТА КАК ПЕДАГОГИЧЕСКИ ОРГАНИЗОВАННЫЙ ПРОЦЕСС В ВУЗЕ

Н. Л. Стеняшина

Университет управления «ТИСБИ» (г. Альметьевск)

Поступила в редакцию 21 марта 2017 г.

Аннотация: в статье рассматривается сущность и структура коммуникативной культуры. Определяются показатели, позволяющие выделить ее компоненты: когнитивный, эмоциональный, деятельностный и поведенческий. Описан процесс формирования коммуникативной культуры будущего бакалавра менеджмента в вузе на основе авторской модели.

Ключевые слова и фразы: культура бакалавра-менеджера, коммуникативная культура, сущность и структура коммуникативной культуры, компоненты коммуникативной культуры, методологическая основа формирования коммуникативной культуры.

Abstract: the article deals with the essence and structure of communicative culture. Defined indicators to identify its components: cognitive, emotional, activity and behavior. The article describes the process of formation of communicative culture of the future bachelor of Management at the university on the basis of the author's model.

Key words: culture of the bachelor manager, communicative culture, essence and structure of communicative culture, components of communicative culture, methodological basis of formation of communicative culture.

В современных условиях постоянно развивающихся межнациональных отношений одним из наиболее важных направлений личностного и профессионального развития будущих бакалавров менеджмента является формирование их коммуникативной культуры. В Федеральных государственных образовательных стандартах нового поколения по направлению подготовки 38.03.02 – менеджмент, квалификационных характеристиках отмечается, что бакалавр менеджмента должен иметь высокий уровень развития культуры и коммуникативных навыков.

Культура бакалавра менеджмента это: степень совершенства, достигнутая в овладении той или иной отраслью знаний или деятельности; определенный уровень творческих сил и способностей человека; гармония интеллекта, эмоций, убеждений, воли в деятельности, гармония с самим собой, с окружающими людьми, окружающей жизнью, обществом; умение правильно осуществить взаимодействие с представителем иной культуры.

В исследованиях, посвященных проблеме изучения коммуникативной культуры, выделяются различные подходы к определению ее сущности. Р. П. Мильруд считает, что «коммуникативная

культура в своем субъектном значении относится к структуре личности, то есть к коммуникативному субъекту, действующему, воспринимающему и продуцирующему информацию, руководствующемуся в своей мыслительной деятельности определенными правилами и стратегией» [1]. В исследованиях А. А. Деркача, Н. В. Кузьминой понятие коммуникативная культура конкретизируется в системе структурных требований к личности, в ее профессионально-коммуникативной направленности. По определению А. В. Мудрика, коммуникативная культура как компонент профессиональной культуры личности специалиста представляет собой систему «знаний, норм, ценностей и образцов поведения, принятых в обществе, и умение органично, естественно и непринужденно реализовывать их в деловом и эмоциональном общении» [2]. Особый интерес представляет позиция А. Я. Кибанова, который утверждает, что коммуникативная культура – это «знания, умения, навыки в области организации взаимодействия людей и собственно в деловой сфере, позволяющие устанавливать психологический контакт с деловыми партнерами, добиваться точного восприятия и понимания в процессе общения, прогнозировать поведение деловых партнеров, направлять поведение деловых партнеров к желаемому результату»

© Стеняшина Н. Л., 2017

[3]. Соглашаясь с точкой зрения А. Я. Кибанова, мы считаем, что коммуникативная культура бакалавра менеджмента – это совокупность профессиональных качеств, коммуникативно-творческих умений и навыков, которые включают в себя: коммуникативную грамотность (знания о культуре, умение логически обоснованно строить фразы и излагать мысли, аргументировать собственную точку зрения); коммуникативную компетентность (устойчивые навыки в области коммуникации, способность к вербальному и невербальному взаимодействию, навыки владения нормами межличностного и межкультурного общения, эмоциональная устойчивость, способность к эмпатии, самоконтроль и коммуникабельность, культура речи); профессиональную коммуникацию (готовность входить в мир профессиональных отношений, способность к конструктивному диалогу в поликультурной профессиональной среде, умение удерживать инициативу в процессе общения и прогнозировать возможные варианты развития и разрешения коммуникативной ситуации, эмоционально настраиваться на ситуацию, преодолевать психологические барьеры в диалоге).

Не существует единого мнения ученых и по вопросу структуры коммуникативной культуры, а также наполняемости ее компонентов. Исследователи выделяют такие компоненты коммуникативной культуры, как когнитивный, мотивационный, организационный, деятельностный, познавательный, информационный, креативный, эмоциональный, аксиологический. И. Л. Берегова представляет структуру коммуникативной культуры как совокупность содержательного, мотивационного и личностно-деятельностного компонентов [4]. В. Н. Панкратов считает, что когнитивно-мотивационный, организационно-деятельностный, познавательный и информационный компоненты играют большую роль в процессе формирования коммуникативной культуры [5]. Е. В. Попова выделяет личностно-ценностный компонент, представляющий собой систему личностно-значимых и личностно-ценностных стремлений, идеалов, убеждений, взглядов, позиций, отношений человека, его деятельности, взаимоотношений с окружающими, интерес к процессу общения, отношение к общению как к диалогу [6].

В своем исследовании мы взяли за основу структурные компоненты коммуникативной культуры, обоснованные И. Л. Береговой, В. Н. Панкратовым, но с некоторыми уточнениями, что позволило нам сделать процесс ее формирования более целенаправленным и эффективным.

Во-первых, мы считаем, что в понимании сущности и структуры коммуникативной культуры не-

обходимо учитывать вид и содержание профессиональной деятельности будущего бакалавра менеджмента. Для этого необходимо понять, что представляет собой деятельность менеджера. Термин «менеджер» имеет довольно широкое распространение и употребляется применительно к организатору конкретных видов работ в рамках отдельных подразделений; к руководителю предприятия в целом; к руководителю по отношению к подчиненным; к администратору любого уровня управления. В современном понимании менеджер – это руководитель или управляющий, занимающий постоянную должность и наделенный полномочиями в области принятия решений по конкретным видам деятельности организации. Объектами профессиональной деятельности менеджера являются различные организации экономической, производственной и социальной сферы, научно-производственные объединения, конструкторские и проектные организации, подразделения системы управления государственных предприятий, акционерных обществ и частных фирм, а также органы социальной инфраструктуры народного хозяйства. Профессиональная деятельность менеджера представлена тремя стилями управления. Первый, внешний – это управление посредством действий самого менеджера. Второй – управление людьми посредством их побуждения к выполнению тех или иных действий. Третий – управление информацией, через которую оказывается воздействие на работников.

Во-вторых, названные выше характеристики, относящиеся к качествам менеджера, могут быть развиты в процессе обучения в вузе. Фундаментом для профессионального становления менеджера является общекультурная подготовка в вузе, включающая в себя изучение философии, социологии, истории, математики и информатики, культуры речи, иностранного языка. Представляется важным введение интегрированных курсов, ориентированных на формирование умений и навыков взаимодействия, коммуникации, на развитие коммуникативной культуры. Разработанный нами интегрированный курс «Мост к пониманию» («Bridge to Communication») ориентирован на обучение будущих бакалавров менеджмента профессиональному общению на иностранном языке в различных сферах деловой жизни, на формирование и совершенствование их коммуникативной культуры.

Исходя из ранее сказанного, мы выделяем когнитивный, эмоциональный, деятельностный и поведенческий компоненты в структуре коммуникативной культуры будущего бакалавра менеджмента, которые взаимосвязаны между собой.

Когнитивный компонент характеризует глубину, прочность и полноту знаний. Эмоциональный компонент направлен на создание атмосферы доверия в общении, на умение оценивать и регулировать собственное эмоциональное состояние, на выработку ценностных ориентаций в процессе общения и поведения. Деятельностный компонент свидетельствует о последовательно-

сти выполняемых операций. Поведенческий компонент характеризуется степенью воспитанности, самостоятельности, культуры общения студентов. В процессе формирования коммуникативной культуры происходит наполнение каждого из компонентов, и чем выше уровень ее сформированности, тем отчетливее проявляется их системное единство.

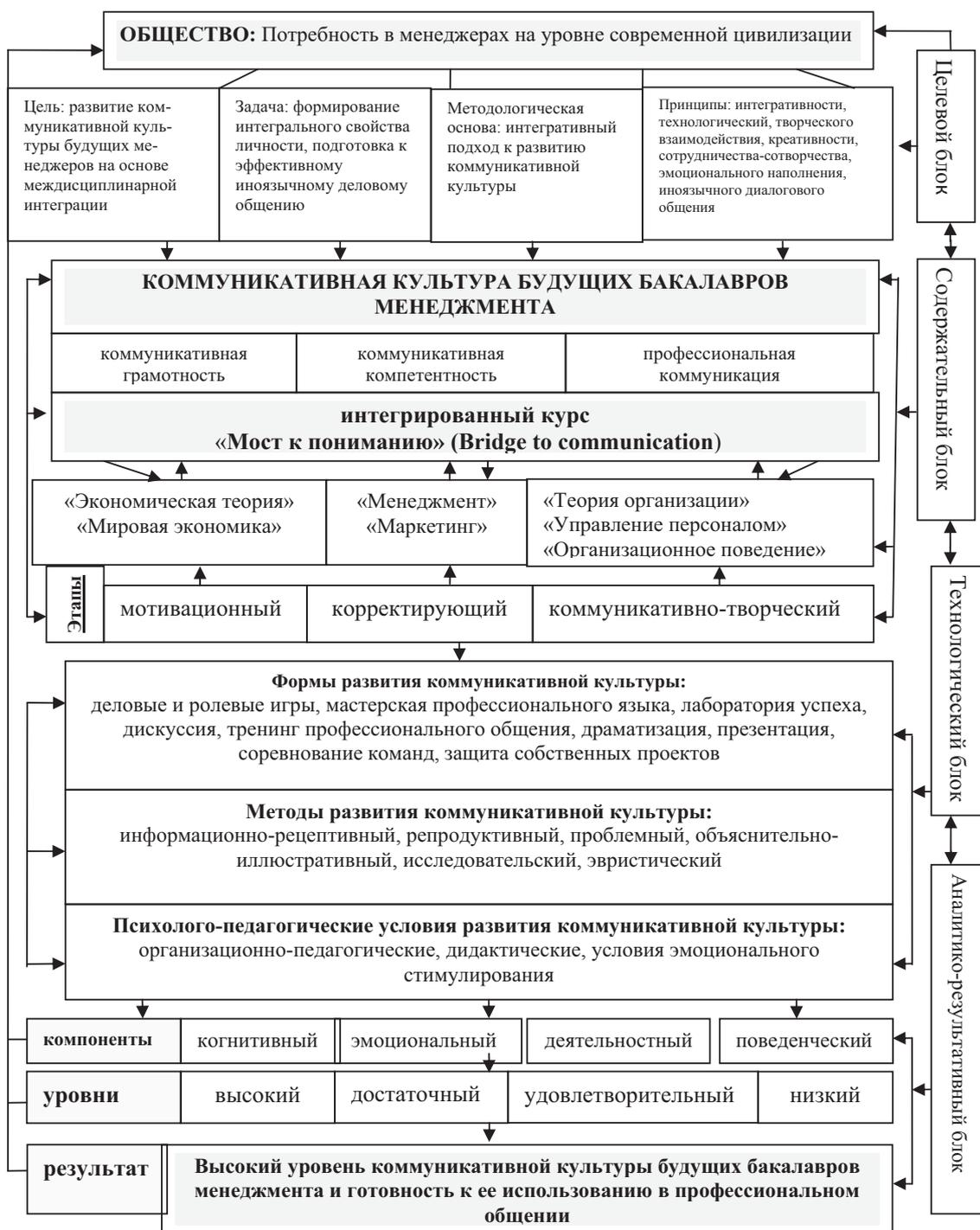


Рисунок. Модель формирования коммуникативной культуры будущих менеджеров

Уровень формирования коммуникативной культуры будущих бакалавров менеджмента определяется на основе описания ранее названных компонентов и показателей на четырех уровнях – высоком, достаточном, удовлетворительном, низком.

С учетом названных выше положений нами была спроектирована авторская модель процесса формирования коммуникативной культуры будущих бакалавров менеджмента.

Согласно авторской модели процесс формирования коммуникативной культуры будущего бакалавра менеджмента в вузе можно представить в виде четырех блоков: целевого, содержательного, технологического, аналитико-результативного (рисунк).

Целевой блок включает в себя социальный заказ, отраженный во ФГОС ВО, цель, задачу, принципы. Содержательный блок – этапы процесса формирования коммуникативной культуры: мотивационный, корректирующий, коммуникативно-творческий. Технологический блок представлен организационными формами, методами и технологиями. Аналитико-результативный блок подразумевает одновременный контроль преподавателя за ходом формирования коммуникативной культуры и самооценку обучаемых при выполнении учебных операций. Раскрывая кратко содержание каждого из блоков, необходимо сказать, что в качестве методологической основы формирования коммуникативной культуры будущего бакалавра менеджмента мы приняли культурологический, системный, деятельностный, междисциплинарный, коммуникативный подходы. Культурологический подход обеспечивает рассмотрение процесса формирования коммуникативной культуры через призму системообразующих культурологических понятий. Системный подход мы рассматриваем как целостную систему. Деятельностный подход связан с выделением профессиональных ценностей. Междисциплинарный подход состоит в том, что он допускает прямой перенос методов исследования из одной научной дисциплины в другую. Коммуникативный подход предусматривает формирование грамматической и коммуникативной компетенций. Усвоение студентами специальной терминологии происходит

в процессе проблемных дискуссий, диалогов, ситуаций проблемного характера, импровизаций, ассоциативных заданий, мозгового штурма, деловых и ролевых игр. В рамках авторского интегрированного курса задается система переходов от учебной деятельности к профессиональной, осуществляется последовательное, непрерывное приближение студента к практической деятельности, трансформация учебно-познавательной деятельности в учебно-профессиональную и профессиональную. Процесс формирования коммуникативной культуры будущего бакалавра менеджмента обусловливается соблюдением комплекса психолого-педагогических условий: организационно-педагогических, дидактических, условий эмоционального стимулирования.

Таким образом, согласно данной модели, преподаватели и студенты реализуют содержательный и технологический блоки, изучают эффективность образовательного процесса и сравнивают с запланированной целью, тем самым повышают эффективность коммуникативной культуры, что, в свою очередь, способствует выполнению социального заказа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мильруд Р. П. Навыки и умения в обучении иноязычному говорению / Р. П. Мильруд // Иностранный язык в школе. – 1999. – № 1. – С. 24.
2. Мудрик А. В. О коммуникативной культуре / А. В. Мудрик // Директор школы. – 2003. – № 6. – С. 59.
3. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений / А. Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2005. – С. 114.
4. Берегова И. Л. Развитие коммуникативной культуры студентов-психологов в системе дополнительного образования педагогического вуза: автореф. дис. ... канд. пед. наук / И. Л. Берегова. – Нижний Новгород, 2007. – 22 с.
5. Панкратов В. Н. Психотехнология управления людьми: практическое руководство / В. Н. Панкратов. – М.: Изд-во Института Психотерапии, 2000. – 73 с. – (Психология успеха и эффективного управления).
6. Попова Е. А. Культурологическая направленность профессионально-педагогической подготовки студентов: дис. ... канд. пед. наук / Е. А. Попова. – Ростов н/Д., 1999. – 211 с.

Казанский университет управления «ТИСБИ»
(г. Альметьевск)

Стеняшина Н. Л., кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой гуманитарных дисциплин

E-mail: nadingod13@mail.ru

Тел.: 8 (919) 64-61-224

Kazan University of Management «TISBI» (Almetyevsk Branch)

Stenyashina N. L., PhD in Pedagogy, Associate Professor, Head of the Department of Humanitarian Disciplines

E-mail: nadingod13@mail.ru

Tel.: 8 (919) 64-61-224