

УДК 316.776:378.14

***РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНЧЕСКОЙ
МОЛОДЕЖИ КАК АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ***

Попов Ю.А.

*Ассистент кафедры экономической теории
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна»
г. Санкт-Петербург, Россия*

Аннотация

В данной научной работе раскрывается понятие «социализация», его содержание и показатели, свидетельствующие об успешном протекании обозначенного процесса. Анализируется место, занимаемое студенческой молодежью в структуре общества. Рассматривается сущность и составляющие дефиниции «коммуникативная культура». Отражены цель и два основных пути формирования и развития коммуникативной культуры в ходе подготовки студенческой молодежи на базе образовательных организаций. Приводятся основные знания, умения и навыки в области коммуникаций, необходимые для успешной профессиональной деятельности современного специалиста.

Ключевые слова: коммуникативная культура, образование, социализация, студенческая молодежь, общение, универсальные компетенции, практическая подготовка.

***THE DEVELOPMENT OF THE COMMUNICATIVE CULTURE OF
STUDENTS AS AN ACTUAL DIRECTION OF ACTIVITY OF
EDUCATIONAL ORGANIZATIONS***

Popov Y.A.

*Assistant of the department of economic theory
FSBEI HE «Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design»
St. Petersburg, Russia*

Annotation

This scientific work reveals the concept of "socialization", its content and indicators that indicate the successful course of the designated process. The place occupied by the student youth in the structure of society is analyzed. The essence and components of the definition of "communicative culture" are considered. The purpose and two main ways of forming and developing a communicative culture in the course of training students on the basis of educational organizations are reflected. The basic knowledge, skills and abilities in the field of communication necessary for the successful professional activity of a modern specialist are given.

Keywords: communication culture, education, socialization, student youth, communication, universal competencies, practical training.

В настоящее время образование молодежи приобретает все более рационально-прагматический контекст. Растут профессиональные требования и ориентиры, задаваемые высокими стандартами, но вместе с тем зачастую наблюдается недостаточность ресурсов для обеспечения эффективной социализации каждого молодого человека. В этой связи большое значение приобретает формирование и развитие коммуникативной культуры студенческой молодежи, т.к. человеческая жизнедеятельность немыслима вне межличностного и межгруппового взаимодействия. Общение, самосознание и профессиональная деятельность – три сферы жизни, в которых происходит социализация личности. В свою очередь именно общение выступает и опосредующим ее механизмом, то есть именно через его различные формы субъект социализируется в обществе, приобретая такие важные сегодня «мягкие» навыки (универсальные компетенции), установки, ценности, роли, которые способствуют его функционированию в социуме в качестве полноправного субъекта, что обуславливает актуальность рассматриваемой тематики.

Социализация является предметом исследования многих гуманитарных наук – философии, социологии, психологии, культурологи, педагогики. Данная дефиниция дает возможность понять и описать явления и процессы, определяющие становление и функционирование личности как объекта социальных воздействий и субъекта социальных отношений.

Анализ научно-методической литературы дает возможность рассмотреть сущность дефиниции «социализация», как двустороннего процесса, включающего:

- усвоение индивидом социального опыта путем вхождения в социальную среду и выстраивания системы социальных связей;

- активное воспроизводство индивидом системы социальных связей за счет его активного включения в социальную среду [8].

Данное понятие раскрывает тот факт, что человек не просто усваивает социальный опыт, но и преобразовывает его в собственные ценности, установки, ориентации. При таком толковании социализации достигается осмысление индивида одновременно с позиций и субъекта, и объекта общественных отношений. Исходя из этого, наиболее общими показателями социализированности индивида являются: наличие социального опыта, его включенность в общественно значимые виды деятельности, ценностное отношение к миру, способность к общению и взаимодействию с другими людьми [6].

При этом в условиях постоянно изменяющегося российского общества важное теоретическое и практическое значение имеет изучение проблем социализации именно студенческой молодежи. Являясь наиболее динамичной частью общества, студенчество занимает в нем особое место благодаря своей специфической позиции в социальной структуре и важнейшим общественным функциям в процессе социального воспроизводства – преемственности и обновления существующих общественных отношений.

Специфика социализации студенческой молодежи во многом также обусловлена соразмерностью российских вузов, расположенных в различных регионах страны, и проявляющейся в различном уровне их социального и экономического развития, инновационных возможностей и других важных факторов, что определяет разные условия протекания обозначенного процесса. В этой связи возникает необходимость поиска возможностей интеграции студентов - будущих молодых кадров в социально-экономическую и социокультурную структуры общества, разработки новых подходов к изучению процесса социализации студенческой молодежи.

Как было отмечено ранее, ключевым и опосредующим механизмом социализации выступает общение. Имеется в виду, что именно через

различные формы общения молодой человек социализируется в обществе. Одним из путей социализации студенческой молодежи в современных условиях является формирование и развитие у неё коммуникативной культуры, от которой во многом зависит успешность деятельности молодого человека в общественной и профессиональной сфере, в том числе насколько успешно он социализируется в обществе [12].

Коммуникативная культура представляет собой ряд компетенций из числа универсальных в области организации взаимодействия людей и собственно взаимодействия в деловой сфере, позволяющих устанавливать контакт с деловыми партнёрами, добиваться точного восприятия и понимания в процессе общения, прогнозировать поведение собеседников, направлять их поведение к достижению желаемых результатов [5]. Ее недостаточная сформированность может привести к возникновению межличностных конфликтов, снижению степени удовлетворенности индивида от профессиональной и общественной деятельности.

В этой связи, формирование и развитие коммуникативной культуры выступает в качестве важнейшей задачи профессиональной подготовки студенческой молодежи на базе образовательных организаций профессионального образования и определяется как совокупность ряда компетенций, обеспечивающих доброжелательное взаимодействие людей, эффективное решение всевозможных задач общения [12].

Развитие коммуникативной культуры представителей студенчества предполагает:

- формирование и развитие коммуникативных умений;
- содействие в овладении коммуникативными приемами и средствами;
- развитие ряда свойств психики и мыслительного процесса, проявляющихся особо явно в процессе коммуникации;
- генерирование необходимых для эффективного общения социальных установок [2].

В условиях ограниченности имеющихся ресурсов, а также необходимости подготовки высококвалифицированных кадров в сжатые сроки образовательные организации зачастую реализуют деятельность по формированию коммуникативной культуры студенческой молодежи на недостаточно высоком уровне. При этом важно отметить, что подготовка в вузе или колледже включает в себя не только взаимодействие участников образовательного процесса, т.е. преподавателя и обучающегося, но и самостоятельную деятельность последнего, усвоение им опыта путем анализа, осмысления и преобразования сферы деятельности, в которую он включен.

Цель подготовки студенческой молодежи в части формирования и развития коммуникативной культуры может быть достигнута, при решении ряда задач, среди которых:

- формирование и развитие системы знаний об общении в целом и его структурных формах в частности;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к общению в целом и его структурным формам в частности;
- развитие коммуникативных компетенций [11].

При этом развитие коммуникативной культуры студенчества на должном уровне может происходить только в условиях четко выстроенного культурно-образовательного пространства. Данную проблему можно решить двумя путями.

Первый путь – подразумевает отведение в существующей образовательной среде особой роли гуманитарным дисциплинам, в рамках которых наряду с формированием общепрофессиональных компетенций закладываются универсальные, включающие коммуникативные ценности, подразделяемые на три сферы:

- гуманистические, относящиеся к правам и достоинству человека;
- социальные, относящиеся к взаимодействию между людьми, правовому, политическому и экономическому порядку;

– культурные, относящиеся к философскому знанию, миру искусства, религии, морали, национальных и этнических традиций, межкультурного взаимодействия и т.п. [7]

С помощью целенаправленной деятельности профессорско-преподавательского состава в отношении студентов осуществляется формирование гуманистического сознания у последних, выстроенного в определенную систему, составляющими которой являются:

– отказ от воспитательной политики, воспринимавшей личность только как объект педагогического воздействия и использовавшей одни и те же методы по предписанной программе;

– развитие демократических методов обучения, утверждение принципов педагогики сотрудничества, расширение самоуправленческих начал в деятельности вузовских структур;

– включение большого количества образовательных курсов общественного и гуманитарного характера, затрагивающих вопросы осуществления коммуникации, межкультурного взаимодействия, командной работы и лидерства, критического и системного мышления [13].

В ходе обучения студенческая молодёжь получает знания, необходимые для того, чтобы:

– быть организатором своей профессиональной деятельности;

– организовывать, планировать и начинать собственное дело;

– формировать группы людей и грамотно управлять их деятельностью;

– уметь вести деловые переговоры, заключать деловые соглашения, общаться с собеседниками;

– эффективно применять новые технологии ведения бизнеса, в том числе с использованием современных информационных и коммуникационных технологий [1].

Второй путь заключается в организации специального обучения по формированию коммуникативной культуры в ходе практической подготовки, например, на базе практики – предприятия или организации, соответствующей профилю осваиваемой студентом образовательной программы.

Для организации такого обучения в первую очередь необходимо различать общую и профессиональную коммуникативную культуру. Общая выступает базисом для профессиональной и на основе специального обучения определяет эффективность деятельности в целом и общения в частности. Ряд исследователей не безосновательно отмечает, что с течением времени профессиональная коммуникативная культура и входящие в ее состав навыки становятся всё более значительными и накладывают отпечаток на общую.

Для формирования коммуникативной культуры в ходе практической подготовки студенту особо важны прикладные формы обучения. Именно они позволяют демонстрировать связь теории с практикой, развивать самостоятельность, способствуют формированию и повышению уровня коммуникативной культуры студенческой молодежи, которой предстоит трудовая деятельность в производственных коллективах. В связи с чем особое внимание следует уделить деловому общению.

Компетентность в сфере делового общения непосредственно связана с успехом или неудачей в любом деле: науке, искусстве, производстве, торговле. Что касается людей, занятых в сфере управления, торговли и т.п., т.е. специалистов профессий, подразумевающих активное взаимодействие с другими людьми, то коммуникативная компетентность для них представляет важнейшую часть профессиональной деятельности. Она предполагает управление двухсторонними коммуникационными потоками, а наличие обратной связи по причине быстро развивающихся процессов в современной экономике является совершенно необходимым условием [7].

Любая организация вступает в многосторонние связи с целым рядом субъектов, иначе говоря, выстраивает внешние коммуникации. Создание

клиентской базы, отслеживание изменений в рыночной динамике и ценовой политике конкурентов, установление прочных партнерских отношений с поставщиками, перевозчиками и сервисными службами, лоббирование собственных интересов во властных структурах, информационное продвижение собственного бренда, обучение и рекрутмент, привлечение внешних консультантов и специалистов – и это неполный перечень задач, решаемых при помощи внешних коммуникаций организации. При этом число коммуникативных партнеров, как видно из схемы на рисунке 1, довольно велико и стремительно увеличивается на современном этапе научно-технического прогресса и социально-экономического развития общества.



Рис. 1 – Примерный перечень коммуникативных партнеров организации [3]

Всё обилие связей, характеризующих сегодняшние рыночные отношения, трудно осуществимо без профессионального подхода к проблемам коммуникации. Любые нарушения коммуникационных процессов влекут за собой серьезные сбои в деятельности, как отдельных подразделений, так и всей организации в целом. Исходя из этого, представителям студенческой молодежи необходимо понимать, что важнейшим условием ее эффективности выступает культура общения.

Вместе с тем, следует отметить тот факт, что коммуникативная культура включает в себя не только устную составляющую межличностного общения,

но и письменную. Немаловажным для сегодняшнего студента - будущего профессионала в своей области, является знание требований, предъявляемых к языку документов, и умение выбрать из обширного арсенала речевых средств деловой письменной речи необходимые для составления текста и ведения деловых переписок [10].

Таким образом, коммуникативная культура, являясь одной из основных составляющих современного профессионального облика человека любой профессии включает три важных аспекта: работу с документами, умение вести межличностный профессиональный диалог в рамках делового общения и публично выступать. Так, студент после обучения должен:

- знать и учитывать особенности письменной и устной речи;
- знать основы риторики публичного выступления;
- знать ролевые характеристики и правила коммуникативного поведения в жанрах деловой беседы, спора, полемики, дискуссии, делового совещания коммерческих переговоров, телефонного общения;
- адекватно использовать этикетные средства для достижения коммуникативных целей;
- уметь переводить устную информацию в письменную, знаковую – в словесную и наоборот;
- уметь составлять и редактировать текст делового письма, выступления и иных наиболее часто используемых документов;
- уметь организовывать общение, управлять и регламентировать его;
- уметь анализировать предмет общения, выводить свое суждение по обсуждаемому вопросу;
- уметь доказывать, обосновывать, аргументировать, опровергать, давать оценки;
- уметь пользоваться различными тактиками и приемами выбранной речевой стратегии;

- уметь анализировать конфликты, кризисные ситуации и разрешать их;
- владеть техникой речи [9].

Обозначенные умения и навыки являются основными в области коммуникативной культуры, без которых нет и не может быть современного профессионала. Уметь говорить и быть правильно понятым, слышать и понимать самому, уметь добиваться поставленной цели в общении, влиять на собеседника с целью принятия того или иного решения, ненавязчиво убеждать, создавать доверительные отношения, не заигрывая при этом с партнером, – все это важнейшие глубинные характеристики коммуникативной профиограммы современного специалиста [4].

В практической деятельности молодого специалиста новой формации важную роль играет уровень сформированности коммуникативной культуры. Поэтому развитие навыков общения студенческой молодежи как составной части ее будущей профессиональной деятельности является одной из основных задач в ходе организации обучения и реализации профессиональных образовательных программ. В свою очередь, формирование и развитие коммуникативных компетенций, являющихся составной частью универсальных ("мягких навыков"), осуществляется как в ходе теоретических занятий, так и практической подготовки.

Библиографический список:

1. Абакумова, Ю. А. Деловое общение [Текст]: учебное пособие. – Ярославль: ЯрГУ, 2018. – 457 с.
2. Вердербер, Р. Психология общения: тайны эффективного взаимодействия [Текст] / Р. Вердербер, К. Вердербер; [пер.: Андреева И. и др.]. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2016. – 90 с.
3. Вюст, О. Я. Деловое общение [Текст]: учеб. пособие / О. Я. Вюст. – Владивосток: Изд-во ТГЭУ, 2017. – 365 с.

4. Горяева, Т. Н. Социализация молодежи [Текст] / Т. Н. Горяева // Аспирант и соискатель, 2016. – №2. – С. 10-11.
5. Деловое общение [Текст]: учеб. пособие / Б. З. Зельдович. – Москва: Альфа-Пресс, 2019. – 230 с.
6. Емчура, Е. В. Современная молодежь и каналы ее социализации [Текст] / Е. В. Емчура // Вестник московского университета. Серия 18. – Социология и политология, 2018. № 3. – С. 14-16.
7. Канафьева, В. В. Деловое общение [Текст] / Канафьева В. В. – СПб.: НОУ ВПО «ИЭФ», 2018. – 185 с.
8. Кривов, Ю. И. Императивы современной теории социализации [Текст] / Ю.И. Кривов, В.П. Воробьев - Пенза: Изд-во Проспект, 2015. - 361 с.
9. Культура общения в студенческой среде вуза [Текст]: монография [Текст] / М. А. Викулина, Н.М. Смирнова. – Нижний Новгород: Нижегородский государственный технический университет, 2019.
10. Культура общения и речевого поведения [Текст] / под ред. Н. И. Формановская. – 2-е изд., доп. и испр. – М.: Изд-во ИКАР, 2014. – 456с.
11. Минзарипов, Р. П. Университет - среда социализации молодежи [Текст] / Р.П. Минзарипов // Высшее образование в России. – №10. – 2019. – С. 15-21.
12. Митрова, Н.О. Коммуникативная культура как необходимый компонент профессиональной подготовки специалистов в информационном обществе [Текст] / Н. О. Митрова // Матер. Междунар. науч.-метод. семинара «Содержание образования в условиях информационного общества». – М.: Изд-во АСОУ, 2015. – С. 25-27.
13. Топилина, Е. С. Особенности социализации молодого поколения в современной России. [Текст] / Е. С. Топилина // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2016. – №3. – С. 15-18.

Оригинальность 80%