

УДК 174.4

КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ИНДИКАТОР РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ

*И.Р. РАКЕЙ**(Минский государственный радиотехнический колледж)*

Проблема осознания собственной взаимосвязи себя с другими, умение строить взаимоотношения и взаимодействие с миром, людьми и самим собой – одна из важнейших задач современности. Формирование «культуры делового общения» – важнейший компонент становления профессиональной культуры молодого специалиста, выработки у него предпринимательской культуры, коммуникативных умений и коммуникативных способностей в целях более эффективного его участия в организации и оптимизации современного рыночно обусловливаемого производства.

Культуру делового общения правомерно понимать как совокупность программ деятельности, поведения и общения, ориентированную на воспроизведение, развитие и трансляцию культуры творческого менеджмента и предпринимательства, а также на конструктивное преодоление конфликтов в сферах межличностной, межгрупповой и межкорпоративной коммуникации.

В контексте реализации задачи перехода белорусского общества к рыночной экономике анализируется проблема воспитания культуры делового общения как компонента культурной коммуникации.

Устанавливаются главные содержательные параметры, характеризующие уровень культуры делового общения.

Определяется статус культуры делового общения как значимой характеристики личности.

Введение

На протяжении второй половины XX столетия ряд государств Европы и мира перешли в своей эволюции к этапу становления открытого, цивилизованного общества, в границах которого (при провозглашенном равноправии граждан перед Конституцией и законодательством) формируются новые стратегии и формы межличностного общения. Данные стратегии основаны на партнерстве и здоровой конкуренции, на правовых и социальных основах формального равенства всех членов общества. Результатом этого является необходимость развития и совершенствования культуры общения индивидов в социуме, а также дальнейший прогресс в содержании правил, соблюдаемых людьми в межличностных взаимодействиях.

Интеграция Республики Беларусь в мировое культурное, образовательное и информационное пространство сопряжена с поиском новых путей формирования личности современного специалиста, способного свободно ориентироваться в поликультурном мире, понимая его ценности и смыслы, воплощая их в личностной экзистенциальной позиции и достойных образцах цивилизованного поведения в процессе взаимодействия с представителями других профессиональных сообществ как в нашей стране, так и на международном уровне. Процессы усложнения сценариев и репертуаров деятельности людей (особенно ее интеллектуализация) привели к переносу «центра тяжести» в социуме с собственно процессов производства на организацию культурной коммуникации. Такие тенденции все больше освобождают человека от деятельности по созданию материальных благ, расширяя область свободного времени, которое человек проводит в свободном общении, где основным компонентом является коммуникация по поводу ценностей, идеалов и норм. Проблема коммуникации в результате этих изменений стала одной из ведущих в социальной философии и социологии XX века.

Основная часть

На современном этапе становления «социально ориентированной рыночной экономики» в Беларуси и государства «суверенной демократии» в России разработка проблем и содержания понятия «культура делового общения» обрела вполне самостоятельные, самодостаточные и перспективные формы, опираясь как на отечественные психолого-педагогический опыт и практические наработки, так и на уже апробированные западные подходы (теория коммуникации, НЛП, теория и практика диалога, анализ дискурса и т.п.) [1 – 5].

Особая значимость культурной и деловой коммуникации в современном обществе обуславливается складыванием принципиально ненасильственных (не-вертикальных) способов социального бытия («коммуникативных стратегий») как механизмов «универсального примирения» людей.

Фундаментальным условием возможности осуществления этой программы видный немецкий мыслитель Ю. Хабермас полагал радикальную трансформацию европейской рациональности, в прежних своих формах моделирующей насилие в жестких конструкциях технологического операционализма. По его мнению, субъект-объектная (S – O) оппозиция, лежащая в основе традиционного западного мышления, обуславливает в качестве типового субъект-объектное (т.е. «извне деформирующее») отношение человека к внешнему миру. Хабермас полагал необходимой переориентацию современного европейского мышления на принципиально иную, субъект-субъектную (S – S) структуру, моделируемую межличностным общением. Радикальный поворот к свободе означает, по Хабермасу, прежде всего перенос акцентов в культуре, переориентацию ее приоритетов со сферы отношений человека, выстроенных в режиме «субъект – объект» и задающих соответствующий деформированный и одновременно деформирующий стиль мышления, на сферу межличностных коммуникаций, аксиологически симметричных по самой своей природе. Именно развитие коммуникативных практик и коммуникативная рационализация, а не отношения производства лежат с точки зрения Хабермаса в основании становления современного гражданского общества [6].

В данном случае речь идет о том, что в зависимости от типа социального устройства можно выделить следующие типы социальной коммуникации:

1) каноническая коммуникация доиндустриального, традиционного («естественно закрытого») общества;

2) догматически-идеологизированная коммуникация тоталитарно-бюрократического («искусственно закрытого») общества;

3) динамично-конкурентная «мозаичная» коммуникация западного («открытого») общества [7, с. 438].

Трансформация тоталитарной модели социокультурной коммуникации в сторону нормативов «открытого общества» предполагает качественно новую организацию процедур формирования «культуры делового общения». В данном аспекте необходимо отметить, что термин «деловое общение» в условиях социалистической системы монополии государственной собственности на средства производства выполнял в значительной мере мифотворческую, идеологическую функцию. Это понятие использовалось для обозначения набора прикладных методов и приемов, предназначенных для придания имиджа коллегальности единоличным решениям партийных, хозяйственных и советских руководителей [8].

Употребление репертуаров «делового общения» в условиях безусловного доминирования жесткой партийно-хозяйственной вертикали осуществлялось в чисто технологических целях – работники должны были быть организованы наиболее эффективным образом для исполнения планов, целиком определяемых сверху. В ситуации же формирования социально ориентированного рыночного хозяйства задачи формирования культуры делового общения неразрывно связаны с программами создания предпринимательского стиля мышления, общения и поведения педагога-инженера. При этом особое место в наборе знаний и умений последнего занимает, в частности, овладение целями и задачами системы подготовки рабочих в период перестройки общества на пути перехода к рынку и в условиях самого рынка, а также усвоение основ менеджмента и маркетинга [9, с. 156].

В целом это означает необходимость для педагогов-инженеров активного постижения репертуаров и сценариев культурной коммуникации, присущей цивилизованному предпринимательскому поведению, в обязательном порядке включающего в себя сформированные правила делового общения.

Специфика репертуаров «делового общения и коммуникации» в границах зрелой предпринимательской культуры обусловлена важнейшим местом, занимаемым в их системе обратными связями. Так, вертикальные потоки коммуникации способны двигаться в нисходящем направлении – от высшего руководителя до рядовых работников, и в восходящем направлении – для обратной связи подчиненных с руководством с целью проинформировать о результатах работы и текущих проблемах. В последнем случае возникает специфическая проблема искажения информации вертикальным каналом, передающим информацию снизу вверх, связанная с тем, что система организационной коммуникации склонна исказить информацию в направлении, увеличивающем вероятность получения работниками вознаграждения и уменьшающем вероятность получения наказания. Поэтому, чтобы информация, идущая снизу вверх по формальной иерархии, была точна и надежна, в организации должны существовать специальные каналы и механизмы, поощряющие обратную связь от «горячих линий» в структуре корпорации до непосредственного инспектирования высшими руководителями состояния дел на «низшем», производственном уровне.

Предпринимательское поведение выступает, как правило, активным типом экономического поведения с выраженными компонентами инновационного поведения. Его эффективность для его носителя

определяется результативностью совершенных предпринимателем действий по реализации предпринимательской идеи в процессе достижения предпринимательского успеха.

Что касается социальной эффективности предпринимательского поведения, то она определяется вкладом конкретного вида поведения в расширение спектра возможностей для развития человеческого потенциала в рамках данного сообщества. Именно поэтому формирование «культуры делового общения» является собой важнейший компонент становления профессиональной культуры молодого специалиста, выработки у него предпринимательской культуры, коммуникативных умений и коммуникативных способностей в целях более эффективного его участия в организации и оптимизации современного рыночно обусловливаемого производства. Под «культурой делового общения» правомерно понимать совокупность программ деятельности, поведения и общения, ориентированную на воспроизведение, развитие и трансляцию культуры творческого менеджмента и предпринимательства, а также на конструктивное преодоление конфликтов в сферах межличностной, межгрупповой и межкорпоративной коммуникации. При этом феномен (и учебный предмет), связанный с «деловым общением» отличается от общения культурно-коммуникационного плана тем, что эффективность его результатов (успех в переговорах, успешная коммуникация в бизнесе, улучшение морально-психологического климата в коллективе или корпорации, возрастание позитивного имиджа организации) может быть, в конечном счете, калькулирована и формализована. Деловое общение (технологичное по сути своей) поэтому может – в статусе материального и духовного фактора производства – активно «отслеживаться» (посредством педагогических и социологических экспериментов) в поле непосредственно культурной и образовательной коммуникации [10]. Рост значимости культуры делового общения как значимого компонента пространства профессионального образования в Республике Беларусь обусловлен следующими факторами:

- а) лавинообразным увеличением удельного веса культурной и информационной коммуникации в современном обществе;
- б) становлением рыночной экономики и увеличением «открытости» белорусского общества в контексте новейших тенденций эволюции европейской цивилизации;
- в) возрастанием значимости педагогической категории педагогов-инженеров, относящейся к сложной группе немногочисленных профессий, функционирующих одновременно в двух разнородных системах: «человек – человек» и «человек – техника» и их модификации.

Освоение признанных эталонов делового общения в современных условиях способно минимизировать последствия манипулятивных стратегий, выступающих результатом существования внешних по отношению к образовательной сфере (идеологическое давление геополитического порядка, пропагандистская война и т.п.) факторов.

Педагогическая наука в начале XXI столетия переживает переходный этап, связанный с обновлением как содержания, так и форм образовательного процесса. Известный психолог А.Г. Асмолов назвал этот этап «не пройденным путем: от культуры полезности – к культуре достоинства». Следовательно, человек культурный – это личность не только образованная, но и достойная уважения со стороны окружающих и обладающая потенциалом самоуважения. Поэтому проблема осознания собственной взаимосвязи себя с другими, умение строить взаимоотношение и взаимодействие с миром, людьми и самим собой – одна из важнейших задач современности. В наиболее приемлемой и технологичной форме эта педагогическая задача может быть решена путем введения в образовательный массив курсов, посвященных культурной коммуникации (и ее наиболее технологической компоненты – техники делового общения).

Заключение

Общими рамками возможных эффективных моделей организации и иерархизации дидактических принципов и методов формирования культуры делового общения выступают:

- педагогическая парадигма «субъект-субъектных» форм взаимодействия педагога и учащегося;
- идеал «коммуникативной компетентности» педагогов-инженеров.

Особое значение учебных дисциплин, связанных с культурой коммуникации, обусловлено также и тем обстоятельством, что именно к ним особо применима характеристика неразрывной связи обучения и воспитания.

Выступая важнейшим интегральным социальным качеством личности «открытого общества», знаковым мерилем ее профессиональной компетентности, культура делового общения объединяет в себе процесс и результат проективной, деятельностной педагогики. Именно поэтому сама постановка вопроса «педагогических условий формирования культуры делового общения педагогов-инженеров» представляется вполне адекватной ее познавательному и прикладному статусу в проблемном поле системы высшего технического образования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Батаршев, А.В. Психодиагностика способности к общению, или как определить организаторские и коммуникативные качества личности / А.В. Батаршев. – М.: ВЛАДОС, 2001. – 176 с.
2. Джакубова, Т.Н. Управленческие имитационные игры: теоретический аспект / Т.Н. Джакубова // Человек. Сообщество. Управление. – 2002. – № 1. – С. 148 – 156.
3. Забродин, Ю.М. Психология личности и управление человеческими ресурсами / Ю.М. Забродин / Ин-т труда. – М.: Финстатинформ: КноРус, 2002. – 360 с.
4. Карпович, Т.Н. Развитие коммуникативной компетентности педагогических работников профессионального образования: учеб.-метод. пособие / Т.Н. Карпович, И.М. Павлова; под ред. Я.Л. Коломинского. – Минск: РИПО, 2004. – 96 с.
5. Честара, Дж. Деловой этикет: PR для всех и для каждого / Дж. Честара; пер. с англ. – М.: Гранд, 1999. – 336 с. – (Настольная книга бизнесмена).
6. Фурс, В.Н. Философия незавершенного модерна Юргена Хабермаса / В.Н. Фурс. – Минск: Экономпресс, 2000. – 224 с.
7. Жбанков, М.Р. Коммуникация социокультурная / М.Р. Жбанков // Социология. Энциклопедия. – Минск: Книжный Дом, 2003. – С. 437 – 438.
8. Панфилова, А.П. Деловые беседы / А.П. Панфилова. – Л., 1989. – 109 с.
9. Безрукова, В.С. Педагогика. Проективная педагогика: учеб. пособие для инженерно-педагогических институтов и индустриально-педагогических техникумов / В.С. Безрукова. – Екатеринбург: Изд-во «Деловая книга», 1996. – 344 с.
10. Самоукина, Н.В. Психология профессиональной деятельности / Н.В. Самоукина. – СПб.: Питер, 2003. – 224 с.

Поступила 02.08.2006