

ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ВУЗА

Рагиня М.В.

Республика Беларусь, Могилёвский государственный университет имени

А.А.Кулешова

raginka2002@mail.ru

Аннотация. В статье раскрыта специфика формирования коммуникативной культуры студентов в образовательном процессе вуза. Проанализированы ключевые компоненты коммуникативной культуры, которые влияют на её формирование в образовательном процессе. Представлены результаты эмпирического исследования по формированию коммуникативной культуры студентов.

Ключевые слова: коммуникативная культура; студент; образовательный процесс; языковые и социальные навыки; культурная осведомленность; коммуникация

В век современных технологий ощущается нехватка межличностной коммуникации, поскольку ситуативное взаимодействие обрело более высокую значимость, нежели постоянный коллектив, где личность может проходить все этапы, как адаптации, так и социализации. Стоит отметить, что индивидуальное развитие и временные нестабильные групповые контакты выходят на первый план, независимо от темперамента, уровня общительности, личностный ориентаций их участников.

Обозначим, что коммуникативная культура является многоступенчатым, целенаправленным, комплексным образованием, включающим в себя такие компоненты, как языковые навыки, социальные навыки, а также культурную осведомлённость. Данные компоненты необходимы и важны для эффективной коммуникации в любом обществе и при любом уровне общительности. Коммуникативная культура способствует эффективному, грамотному и конструктивному взаимодействию с уважительной передачей информации другому человеку. В своих исследованиях У. Шепьер предложил коммуникационную модель, где основным результатом передачи информации является взаимопонимание одним человеком другого человека, где каждый компонент может сполна раскрыться [1].

Отметим, что фундаментальным компонентом коммуникативной культуры в социокультурной среде является язык, посредством которого эффективность общения на разных языках, возрастает, особенно в полилингвистическом обществе. Через язык люди могут выражать свои эмоции, мысли, а также идеи. Но важно помнить, что язык - важный инструмент, но не универсальный, поскольку у разных народов и наций свои языки, говоры и диалекты, которые способны отражать культуру и особенности того или иного народа.

Эффективное общение заключается не только во владении языковыми навыками, оно требует знания и понимания социальных норм и правил. Социальные навыки подразумевают способность считывать невербальные сигналы (жесты, мимику, пантомимика), а также способность приспосабливаться разнообразным социальным ситуациям. В коммуникации данная группа навыков необходима для выстраивания межличностного взаимодействия и взаимопонимания.

Эффективная коммуникация также требует понимания и овладения элементами культурного разнообразия и чуткого реагирования на культурные различия. Для этого выделяется третий основополагающий компонент коммуникативной культуры – культурная осведомлённость, которая заключается в понимании ценностей, верований, обычаев, ритуалов и традиций в различных культурах. Особая важность и ценность данного компонента заключается в многокультурных обществах, где в постоянном непосредственном контакте находятся индивиды из различных культур.

Обратим внимание, что, помимо вышеописанных компонентов, существуют следующие составляющие коммуникативной культуры:

- чёткая коммуникация – краткое и точное изложение мыслей и идей для полного понимания;
- активное слушание – внимательное и сосредоточенное слушание своего собеседника с полным погружением в диалог;
- диалог взаимного уважения – уважительное отношение к собеседникам даже в конфликтных ситуациях;
- социальная среда – контекст, в котором происходит общение и формирование контакта межличностного взаимодействия [2].

Изучив основополагающие компоненты коммуникативной культуры, обратимся к факторам её формирования. К ним относятся:

1. Потребность в общении. Поскольку человек является биосоциальным существом, потребность в общении будет занимать неотъемлемую часть в жизнедеятельности личности. Данная потребность может рассматриваться в качестве движущей силы – драйва – для освоения и совершенствования коммуникативных навыков.

2. Социализация. Данный процесс является важным механизмом, через который происходит не только усвоение социальных норм и правил, а также передача основ коммуникативной культуры от старшего поколения младшему, независимо в каких социальных институт находится индивид.

3. Индивидуальные психологические особенности. Данные особенности воздействуют на быстроту и успешность усвоения коммуникативной культуры индивидом, его гибкость в общении и решении конфликтов.

4. Технологизация. Развитие технологий, в частности цифровых, привело к изменению представлений о личных границах и конфиденциальности в коммуникативном процессе [3].

В связи с этим перед нами была поставлена задача – изучить уровень потребности в общении среди студентов экономического профиля. Было проведено эмпирическое исследование методом интернет-опроса. Общая численность испытуемых составило 100 человек.

У 14 испытуемых (14% от общего числа) был выявлен высокий уровень потребности в общении. Данная группа опрошенных стремятся к общению, с лёгкостью находят взаимодействие с малознакомыми людьми, но тем не менее, им сложно переносить ситуации, при которых общение ограничено, поскольку такие личности направлены на совместную коллективную работу, а из-за данных ограничений работа становится невозможной. Обладая высокой нормативностью языка, богатством и точностью, а также уместностью и выразительностью речи, такие испытуемые в группе обычно стремятся максимально проявить свои сильные стороны.

Средний уровень проявился у 56 человек (56%). Такие личности стремятся к контакту с людьми, открыты для новых знакомств, однако могут испытывать дискомфорт и волнение в незнакомой или новой обстановке. Для них свойственна пассивность в предоставлении первого контакта – первыми не идут знакомятся, ждут инициативы от других. Отметим, что красноречие, грамматика и паралингвистика у данной группы испытуемых также на высшем уровне, но ярко проявляется в узком социальном кругу.

30 человек (30% от общего числа) выявились с низким уровнем в потребности в общении. Такие студенты не стремятся к постоянным взаимодействиям с другими, отдавая предпочтения узкому кругу общения, им свойственно уединение, самостоятельность и индивидуальный подход в работе. Таким людям сложнее устанавливать отношения с другими людьми. Данная группа испытуемых может также обладать высокой лексикой и грамматикой, навыками активного слушания, а также речевым этикетом, но, зачастую, используют в крайне редких случаях.

Из полученных результатов, можно сделать вывод о том, что формирование коммуникативной культуры студентов экономического профиля представляет собой закрепление изменений в мире, в личностных психологических особенностях, что отражается в когнитивных структурах психики в виде навыков и служат индивиду в дополнительном контакте с другими людьми. Способность участвовать в коммуникативных ситуациях возрастает в соответствии с усвоением индивидом культурных, идеологических и моральных норм и ценностей общественной жизни. Это означает, что коммуникативная культура студента представляет собой целостное, динамическое, личностное образование, которое обеспечивает адаптацию человека и самореализацию в современном обществе, а также высокую конкурентно способность на рынке труда [4].

Литература

1. Агарагимова В.К., Даудова Д.М., Учет психологических особенностей студентов в образовательной среде вуза. М.: Вестник, 2016. 158 с.
2. Юдина А.М. Информационно-коммуникативная культура как инструмент формирования образовательной среды вуза // Перспективы науки. 2019. №5. С. 250-252.
3. Сысоева Е.Ю., Коммуникативная культура преподавателя вуза. Самара: Самарский университет, 2014. 144 с.
4. Сафонов К.Б., Пути социализации личности в современном обществе // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2012. №8. Ч.1. С. 181- 183.