DOI: 10.17117/na.2016.09.01.298

<http://ucom.ru/doc/na.2016.09.01.298.pdf>

Поступила (Received): 28.09.2016

Микушина Т.И.
Коммуникативная культура будущего
специалиста сферы сервиса

Mikushina T.I.
Communication culture of the future specialist of service sector

В статье обосновывается необходимость коммуникативно-культурного развития будущего специалиста сферы сервиса в организации среднего профессионального образования. С целью уточнения и конкретизации понятия

«коммуникативная культура специалиста сферы сервиса» рассмотрены позиции некоторых исследователей по данному вопросу, дана собственная трактовка данного понятия

Ключевые слова: коммуникативная культура, сфера сервиса, клиентоориентированность

The article proves the need of communicative development of the future specialist of service sector in the secondary special education. To elaborate the term "Communicative culture of the specialist of the service sector" the article considers the opinions of some scientists for the problem. Then the article offers its own explanation for the considering term

Key words: communicative culture, service sector, customer focus

Микушина Татьяна Ильинична

Преподаватель

Тосненский политехнический техникум

Ленинградская обл., г. Тосно, ш. Барыбина, 56

Mikushina Tatyana Ilinichna

Teacher

Tosno's polytechnical college

Leningrad reg., Tosno, Barybina road, 56

Целью современного образования является формирование личности профессионала, обладающего качествами, позволяющими ему адаптироваться в информационном обществе, осуществлять инновационную деятельность в любой сфере. Социально-экономические отношения предполагают создание гуманистического общества с рыночной экономикой, которая ориентируется на максимальное удовлетворение потребителя, что вызывает необходимость увеличения числа специалистов сервисного профиля со средним профессиональным образованием, подготовка которых предусматривает создание в образовательной организации условий, подразумевающих освоение студентами основ сервисной деятельности. На современном этапе определяющую роль в производстве качественной услуги играет квалификация и культура персонала, поэтому подготовка специалистов среднего звена, реализующих профессиональную деятельность в контактной зоне, привлекает интерес исследователей к проблеме культуры осуществления профессиональных коммуникаций с потребителем.

Сформированность коммуникативной культуры является одним из основных критериев профессионализма на всех этапах деятельности специалиста, в

том числе в процессе обучения в организации среднего профессионального образования. Следует отметить недостаточный уровень её развития в современной российской сфере сервиса, недостаточную готовность выпускников образовательной организации к коммуникативной деятельности. Несмотря на изученность проблемы профессиональных коммуникаций, понятие «коммуникативная культура работника сферы сервиса» нуждается в уточнении и конкретизации, разработке стратегии её формирования, определении комплекса теоретических подходов для осуществления педагогической деятельности в условиях образовательных организаций среднего профессионального образования.

Для определения содержания и сущности явления необходимо рассмотреть уже существующие формулировки понятия «коммуникативная культура работника сферы сервиса» или «коммуникативная культура менеджера». Рассмотрим основные характеристики специалиста применительно к сфере сервиса: он должен быть внимательным, выдержанным, терпеливым, хорошо владеть собой, обладать хорошими манерами и культурой речи, избегать конфликтных ситуаций, то есть грамотно осуществлять профессиональные коммуникации. Коммуникативная культура предполагает ориентацию на культуру сервиса, на осуществление личностного подхода к каждому клиенту, то есть клиентоориентированного поведения. Определение коммуникативной культуры специалиста сферы сервиса должно отражать данные особенности. Существующие определения не всегда отражают специфику деятельности данного специалиста. Например, А.М. Руденко определяет коммуникативную культуру работника как «совокупность знаний и навыков в области организации обслуживания, позволяющая устанавливать психологический контакт с клиентами, добиваться точного восприятия и понимания, прогнозировать и направлять их поведение к желательному результату» [3, с.239]. Данное определение выявляет специфику сервисной деятельности, но не является полным, так как не отражает установки личности на реализацию коммуникативной деятельности, внутреннюю готовность к её осуществлению. Механическое вооружение профессионала знаниями, умениями и навыками способствует, но не приводит автоматически к освоению паттернов эффективного коммуникативного поведения, постижению ценностей коммуникативной культуры. Поэтому целесообразно представлять коммуникативную культуру как качество личности, которое необходимо формировать. Н.П. Соболева рассматривает коммуникативную культуру как цель и результат профессиональной подготовки специалистов, профессионально-личностную характеристику, которая усиливает возможности профессиональной подготовки специалистов сферы туризма с учетом требований, зафиксированных в государственных образовательных стандартах [1]. С.З. Самаренкина, характеризуя коммуникативную культуру будущих менеджеров, говорит о ней, как о способности и готовности человека осуществлять речевое и неречевое поведение, осуществлять доброжелательное взаимодействие, организовывать совместную деятельность для достижения социально значимых целей [4]. В данном контексте эти понятия могут охарактеризовать любую деятельность, в них недостаточно отражены особенности труда работников данных профессиональных групп.

Как профессионально значимое качество личности, включающее коммуникативную грамотность, коммуникативную компетентность и готовность к профессиональной коммуникации предлагает понимать коммуникативную культуру менеджера Н.Л. Стеняшина [5].

В этом определении наиболее полно раскрыты содержательные характеристики коммуникативной культуры специалиста, а также отражены структурные составляющие данного феномена. В целом, при анализе научных работ наблюдается терминологическая неоднозначность определений коммуникативной культуры, которые отражают междисциплинарность, многогранность данного понятия. Разнообразие трактовок обусловлено опытом применения термина в различных контекстах педагогической деятельности, временными факторами её осуществления, различием в интерпретации категории «понятие». В данном исследовании целесообразно считать коммуникативную культуру качеством личности интегрирующим «коммуникативные умения, ценности и опыт, которые позволяют достигать взаимопонимания субъектов образовательного процесса» [2, с.8]. В профессиональных областях, где коммуникация выступает ядром профессиональной деятельности коммуникативную культуру можно считать системообразующим компонентом.

Одной из основных задач, которую решает развитие культуры осуществления коммуникаций у специалиста является реализация в процессе обслуживания клиентоориентированного поведения. Клиентоориентированность включает в себя широкий спектр составляющих: знаний, умений, навыков, ценностных установок, поведенческих стратегий, этических норм, которые составляют основу стандартов обслуживания современных сервисных предприятий. Высокий уровень коммуникативной культуры является условием клиентоориентированного поведения. Кроме этого сформированность коммуникативной культуры выпускника, как результата обучения в образовательных организациях сервисного профиля выступает основным критерием готовности выпускника к профессиональной деятельности в сфере услуг.

Обобщая всё вышесказанное можно сформулировать определение: коммуникативная культура специалиста сферы сервиса представляет собой интегративное качество личности, позволяющее ей реализовать клиентоориентированное поведение. Данное понятие чётко отражает специфику профессиональной деятельности, формулирует основные признаки, которыми должен обладать специалист, осуществляющий сервисную деятельность. Коммуникативная культура работника сферы сервиса обуславливает культурный уровень специалиста, его духовные запросы и общественную активность, способствующую профессиональному самовыражению. Она является интегральной составляющей его компетентности и доминантой опыта профессиональной деятельности, определяющей развитие специалиста. Особенностью проявления коммуникативной культуры в сфере сервиса является то, что она выступает в двух ипостасях: с одной стороны, она является составляющей общей культуры. С другой, частью профессиональной, следовательно, её восприятие должно быть интегрированным обобщением признаков компетенций. Задача педагогики как раз

состоит в том, чтобы весь потенциал общей и профессиональной культуры специалиста был включён в структуру профессиональной компетентности.

Список используемых источников:

1. Безносков С.П., Соболева Н.П. Формирование коммуникативной культуры специалистов в сфере туризма. № 4. 2006. С. 194-199.
2. Побежимова З.А. Драматизация как средство формирования коммуникативной культуры будущего педагога. автореф. дис. ... канд. пед. наук. Екатеринбург. 2007. 23 с.
3. Руденко А.М. Психология социально-культурного сервиса и туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2007. 318 с.
4. Самаренкина С.З. Компетентностный подход к формированию коммуникативной культуры будущих менеджеров // Совершенствование системы подготовки педагогических кадров: теория и практика. Чебоксары: Изд-во ЧГПУ, 2006. С. 318-335.
5. Стеняшина Н.Л. Коммуникативная культура как основа формирования профессиональной компетентности менеджера // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2009. № 2. Т. 3. С. 99-101.

© 2016, Микушина Т.И.

Коммуникативная культура будущего специалиста сферы сервиса

© 2016, Mikushina T.I.

Communication culture of the future specialist of service sector