

ФОРМИРОВАНИЕ У СТУДЕНТОВ НАВЫКОВ КОММУНИКАТИВНОЙ КРЕАТИВНОСТИ

Проблема общения – предмет исследования философии, педагогики, психологии, этики и ряда других наук. Б.Г. Ананьевым, Г.М. Андреевой, А.А. Бодалевым, Л.С. Выготским, Я.Л. Коломинским, Ю.А. Фоминым и другими учеными исследованы виды, формы, функции, средства, уровни и механизмы общения. В настоящее время продолжается изучение свойств личности, необходимых ей в данном процессе. К ним относится коммуникативная креативность.

Деловое общение характеризуется успешностью и эффективностью. Оценка успешности делового общения осуществляется при помощи трех подходов. Первый связан с описанием положительных результатов участников данного процесса на эмоциональном уровне. Второй исследует наличие или отсутствие нарушений, трудностей, барьеров и стереотипов, а также способности их преодоления. Третий объединяет две вышеописанные позиции. Эффективность коммуникативной креативности определяется способностью сохранять спонтанность на разных уровнях общения, адекватно действовать в различных социальных связях, выбирать манеры поведения, не терять гибкости мышления.

Исследуя креативную модель поведения студентов-заочников, обучающихся по специальности «Экономика и управление на предприятии» Бобруйского филиала БГЭУ, с позиции конкурентоспособности, нами изучалась удовлетворенность ими деловым общением в трудовом коллективе. Использовались объективные тесты, тесты-опросники, проективные техники. В процессе исследования приняло участие 105 человек. Изучалось фактическое состояние вопроса, без дифференциации студентов по стажу работы, образовательному, возрастному и гендерному статусу. Контрольные и экспериментальные группы не выделялись.

Установлено, что из 105 респондентов принимают процесс деловой коммуникации, сложившийся в организации и их структурном подразделении, на эмоциональном уровне – 32 чел. (30,4 %); не принимают – 19 чел. (18 %). Неприятию процесса деловой коммуникации на эмоциональном уровне способствовали: авторитарный стиль управления – 5 чел. (26,3 %); непродуктивное формирование резерва кадров – 5 респондентов (26,3 %); неудовлетворенность контрактной системой – 9 студентов (47,3 %). Затруднились определить удовлетворенность деловым общением на эмоциональном уровне – 51 респондент (48,5 %). Затруднения возникли в результате следующих причин: находятся в адаптационном периоде – 15 чел. (14,2 %); знают, что с ними не будет продлен контракт – 12 респондентов – 11,2 %; организация и структурное подразделение не является для специалистов референтной группой – 8 чел. (7,6%); считают удовлетворенность деловыми межличностными отношениями не главными в производственном процессе – 16 чел. (15,2 %). Установлено также, что

только 14 специалистов (13,3 %) знают методы преодоления трудностей, блоков, барьеров, помех и стереотипов в деловом общении.

Участникам исследования предложены рекомендации по формированию умений и навыков делового общения на коммуникативном, интерактивном и перцептивном уровнях:

- стараться ясно и четко выражать свои намерения, отражать детали размышлений;
- учитывать особенности в восприятии деловых партнеров, так как употребление понятий может находиться в разных регистрах; на восприятие влияет также незнание контекста ситуации и разная система ценностей;
- обращать внимание на искажение информации; научиться задавать вопросы, которые помогут в адекватном понимании передаваемой информации;
- приобщаться к ценностям организационной культуры, поддерживать микроклимат доверия и гласности в деловых отношениях;
- проявлять инициативу в создании и реализации инновационных идей;
- научиться методу рефлексии, который поможет объективно оценить результаты проделанной работы; не разочаровываться несоответствию целей и результата;
- определять, в какой из профессиональных групп могут лучше всего проявляться умения и навыки делового общения: проектной команде, команде по оперативному решению производственных задач, команде по вопросам совершенствования профессиональной деятельности, команде управления.

*В.С. Шур, канд. филос. наук,
В.В. Ивчик
БГСХА (Горки)*

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ СЕЛЬЧАН

В контексте реализации Государственной программы возрождения и развития села на 2005–2010 гг. важное значение приобретает свободное время как условие для полноценного развития физического и духовного потенциала сельских жителей в качестве субъектов преобразования социокультурного пространства своей жизнедеятельности.

Чем обычно занимаются в свободное от основной работы время представители различных социальных групп сельских жителей? Анализ результатов социологического опроса, проведенного лабораторией социологических исследований Белорусской государственной сельскохозяйственной академии во всех областях Республики Беларусь в мае – июне 2007 г., показывает, что преобладающим видом занятий у мужчин и женщин являются те, которые квалифицируются как пассивно-досуговые – это просмотр теле- и прослушивание радиопередач – 71,1 % (по всему массиву). Значительную долю свободного времени у сельчан отнимает работа в личном подсобном хозяйстве – 64,3 % (у женщин этот индикатор выше на 11,6 %, чем у мужчин).