

S.P. Gavryuchenkova

Nizhny Novgorod State Pedagogical University

1 Ulyanov str., Nizhny Novgorod, 603950

E-mail: gavryuchenko@mail.ru

In the article the author represents a system of activization of student self-education in the educational process with regard to specific patterns of personality - oriented education. The article highlights the experience of effective inclusion of students into research activities and basic aspects of educational support which lead to self-education.

Key words: educational process, educational support, personality – oriented education, individual student activity, research activities of students.

Original article submitted 01.09.2012

Revision submitted 01.09.2012

Svetlana P. Gavryuchenkova, a postgraduate student of Department of Pedagogics, Nizhny Novgorod State Pedagogical University.

УДК 378

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ МЕНЕДЖЕРОВ

А.В. Горелова

Самарский государственный университет

443011, г. Самара, ул. Академика Павлова, 1

E-mail: anna_gorelova@mail.ru

Рассматривается специфика деловой коммуникации менеджеров, которая раскрывает роль стратегического поведения в деловом общении. Представлена проблема организационных коммуникаций через анализ способов воздействия сотрудников друг на друга. Стратегическая коммуникация показана как особый вид коммуникативного поведения, позволяющий достигать целей коммуникации наиболее эффективным способом.

Ключевые слова: деловое общение, коммуникативная стратегия, стратегическое поведение, организационные коммуникации, менеджмент.

Поведение человека многообразно и может принимать разные формы: нормативное, ролевое, групповое, организационное, нравственное, массовое, потребительское, преодолевающее, отклоняющееся и др. В современном научном знании понятие поведения используется при характеристике не всегда осознаваемых форм и стереотипов самовыражения индивида в социальном окружении, усваиваемых им в процессе воспитания и социализации [1, с. 16].

Термин «поведение» ввел в научный оборот И.П. Павлов. Однако в большинстве словарных трактовок утверждается, что это, во-первых, действие; во-вторых, осознанное действие [4].

Анна Валериевна Горелова, старший преподаватель кафедры иностранных языков гуманитарных факультетов.

Таким образом, мы рассматриваем поведение в деловом общении на основе деятельности подхода, принципы которого позволяют утверждать, что поведение – это реакция организма на то или иное воздействие, совокупность поступков и действий по отношению к окружающим, умение вести себя в соответствии с установленными нормами.

С понятием нормы тесно связано понятие «поступок». Поступок – единица поведения, действие – единица деятельности. Поступком в подлинном смысле слова является не всякое действие, а лишь такое, в котором ведущее значение имеет сознательное отношение к другим людям, к внешним нормам. Поэтому поведение можно определить как совокупность осознанных действий субъекта, обладающих характерной для него особенностью, которая повторяется в разных ситуациях [2].

Организационное поведение – это поведение индивидов в организации, определяемое правилами и ограничениями, которые действуют в ней для достижения поставленных целей. При изучении поведения всегда должны учитываться его ключевые характеристики: причинность, целенаправленность, мотивированность.

Сущностную основу организационного поведения формируют три базовых компонента, тесно взаимосвязанных и активно взаимодействующих один с другим: индивидум, группа, организация [1, с. 19].

Существенное значение в организационном поведении имеет установление продуктивных информационных взаимосвязей, эффективное использование коммуникативных возможностей и ресурсов организации. Успешные коммуникации обеспечивают повышение результативности работы всех звеньев организации и достижение целей управления.

Коммуникации (от лат. *communicatio* – сообщение, связь) – обмен информацией, идеями, мнениями между субъектами взаимодействия. Коммуникации обусловлены социальной сущностью человека, они имеют большое значение в личной, профессиональной и организационной сфере.

Обмен информацией – важнейшая составная часть деятельности менеджеров всех уровней: по данным экспертов, они тратят на коммуникации около 75-95 % рабочего времени. В связи с этим эффективность работы менеджера в значительной степени зависит от эффективности его коммуникаций и навыков делового общения: умения вести беседу, проводить собрания, совещания, переговоры, работать с документацией и т. д. [1, с. 262].

Цели коммуникаций в организационном поведении состоят в следующем: обеспечение продуктивного взаимодействия на основе обмена информацией, удовлетворение потребностей в общении; совершенствование межличностных отношений; регулирование и оптимизация поведения персонала; установление эффективных информационных каналов внутри и вне организации; обеспечение достижения целей организации.

Согласно разным исследованиям, 73 % американских, 63 % английских и 85 % японских руководителей считают коммуникации главным препятствием на пути достижения эффективности их организациями. По другим данным, примерно 250 тыс. работников из 2000 тыс. компаний обмен информацией представляют себе как одну из самых сложных проблем в организации.

Роль и значение коммуникаций в организационном поведении раскрываются в выполняемых ими функциях. Основными функциями являются:

- 1) информативная – передача необходимой информации;
- 2) мотивационная – побуждение работников к производительному труду;
- 3) контрольная – отслеживание поведения работников;

4) экспрессивная – способствование эмоциональному выражению чувств, отношения к происходящему, удовлетворению социальных потребностей.

Таким образом, коммуникации отражают не только процесс передачи и получения информации, но и ее восприятие, понимание и усвоение, что в конечном счете формирует модели коммуникативного поведения.

Коммуникации в организационном поведении – сложная, многоуровневая система информационного взаимодействия, которая охватывает саму организацию, все виды и элементы ее деятельности, а также связи с внешним окружением [1, с. 263].

В практике организационных коммуникаций возможно появление коммуникативных барьеров – преград, которые искажают смысл и приводят к потере информации. Вследствие этого происходит уменьшение возможности успешной коммуникации. Коммуникативные барьеры могут возникать в межличностных и организационных коммуникациях.

По данным исследований, на разных этапах коммуникационного процесса из-за коммуникативных барьеров потери информации составляют до 80 %, на каждом уровне управления отфильтровывается до 30-50 % информации – все это значительно снижает эффективность коммуникаций. В связи с этим актуальной задачей менеджера становится сокращение потерь информации путем устранения (минимизации) коммуникативных барьеров (см. рисунок).

Проценты потерь информации при вербальных коммуникациях



Устранение коммуникативных барьеров позволяет создавать успешные организационные коммуникации, обеспечивающие эффективное организационное поведение [1, с. 270].

Определяющую роль в организационном поведении играет деловое общение – форма взаимодействия персонала в процессе совместной трудовой деятельности. По данным фонда Карнеги, около 85 % неудач в бизнесе руководители терпят из-за недостатка навыков делового общения.

Деловое общение является частью продуктивной деятельности (производственной, научной, коммерческой) работников и служит средством повышения ее качест-

ва. Общение в организации как процесс социального взаимодействия включает в себя формирование, развитие и социализацию личности, обмен эмоциями, информацией, деятельностью, обучение, формирование отношения к себе, другим людям и организации в целом.

Основными формами делового общения являются: деловые переговоры, встречи, совещания, собрания, заседания, презентации, прием посетителей, переговоры по телефону, деловая переписка, служебные командировки [1].

Деловое общение можно условно разделить на следующие две группы:

- 1) прямое, предполагающее непосредственный контакт между общающимися личностями;
- 2) косвенное, предполагающее наличие между партнерами пространственно-временной дистанции [3].

Таким образом, понятия общения и взаимодействия в процессе трудовой деятельности тесно переплетены и оказывают серьезное влияние на эффективность трудовой деятельности отдельного работника или рабочего коллектива в целом. При этом следует учитывать, что, как правило, в процессе делового общения ставится цель добиться от людей необходимого поведения. Поэтому содержание взаимодействия и делового общения включает в себя определенные способы воздействия работников друг на друга [3, с. 85] (см. таблицу).

Способы воздействия работников друг на друга

1. Убеждение	Способы воздействия	4. Подражание
2. Внушение		5. Принуждение
3. Заражение		6. Конфронтация

В речевой коммуникации данные способы воздействия реализуются в использовании определенных коммуникативных стратегий.

Коммуникативные стратегии рассматриваются как потенциально осознаваемые планы решения того, что для индивида составляет проблемы при достижении коммуникативной цели [5, с. 131-132].

Сам термин «стратегия» берет свое начало из военной области. Говоря о стратегии, современные лингвисты проводят параллель с игрой в шахматы. Игра предполагает владение правилами. В каждой игре обязательно есть смена ходов, участников. В игре есть множество вариантов и стратегий ведения. Одному из игроков суждено обыграть соперника, проиграть ему или закончить игру ничьей. Подобно игрокам в шахматы, говорящие, используя тактики, могут достигать своих стратегических целей. Если они обыгрывают партнера, они достигают коммуникативную цель. При проигрыше их постигает коммуникативная неудача. Предложение ничьей является частичным достижением цели при взаимном компромиссе.

Стратегией в теории игр называют заверченный план действий каждого игрока. Определение «заверченный» означает здесь, что этот план должен предусматривать определенный ответ данного игрока на любое возможное действие других участников игры.

Из всех разнохарактерных определений заслуживает определенного внимания мнение, высказанное Г. Минцбергом, Б. Альстрэндом и Дж. Лэмпелом о том, что «стратегия – это принцип поведения или следования некой модели поведения» [6].

Итак, стратегия в рамках речевой коммуникации представляет собой осознание ситуации в целом, определение направления дальнейшего развития общения, организацию

воздействия в интересах достижения цели общения. «Это выбор, учет и взаимоувязывание путей, ситуаций и средств, необходимых для достижения главной цели».

Выбрать нужную стратегию – значит определить наиболее эффективный путь к цели с учетом всей имеющейся в распоряжении говорящего информации. Стратегии являются гибкими, локально управляемыми, так как они могут конкурировать между собой. На гибкость стратегий оказывает влияние и то, что говорящий на разных этапах определяет приоритет той или иной цели, т. е. может осуществлять коррекцию речевых действий. При анализе речевых тактик учитывается коммуникативный контекст, в частности социальные и психологические аспекты общения.

В процессе реализации коммуникативной стратегии должны быть решены следующие задачи: достигнут контакт между коммуникантами, привлечено внимание речевого высказывания к какому-либо факту/явлению, изменен уровень информирования адресата речевого высказывания. Здесь важно, на наш взгляд, подчеркнуть, что речь идет не только об информации, но и об изменении установки собеседника, его взгляда, поведения.

Успешное решение главной коммуникативной задачи в значительной степени обусловлено решением частных задач коммуникативной стратегии. Современные авторы отмечают, что в естественном общении добиться поставленной цели с помощью одного-единственного обращения к партнеру является скорее исключением, чем правилом. В ходе разговора собеседники применяют различные тактики. Динамический характер речевых тактик обеспечивает гибкость речевой стратегии.

Исследователи отмечают, что влияние на индивида можно оказать разными способами: принуждая его, манипулируя его сознанием или привлекая его к сотрудничеству. Манипуляция при этом рассматривается как «специфическое речевое поведение в процессе общения, направленное на побуждение собеседника совершить невыгодное для него (но выгодное для побуждающего лица) действие. Отличительной чертой этого способа побуждения является его скрытый характер: и цель, и процесс побуждения намеренно скрываются от адресата». Цель речевого воздействия на человека – убедить его сознательно принять точку зрения говорящего, принять решение о каком-нибудь действии. Манипулирование же представляет собой воздействие на человека с целью побудить его сделать что-либо (сообщить информацию, изменить свое поведение) неосознанно или вопреки его собственному желанию, мнению.

Стратегическое поведение состоит в акте (серии актов) выбора из двух или более альтернативных способов действия, совершаемых в условиях конфликта для достижения некоторой цели в соответствии с определенными требованиями оптимальности. Все сказанное приводит нас к выводу о том, что стратегия представляет собой некий общий принцип человеческого поведения, принимаемый в условиях конфликта. Стратегическое поведение противопоставляется нестратегическому.

Под конфликтом в данном случае следует понимать наличие у коммуникантов частично или полностью взаимоисключающих («конфликтующих») целей, что естественно ведет к ситуации, которая делает невозможным их непосредственное достижение. В самом общем виде ситуация конфликта, характеризующая стратегическое общение, выглядит следующим образом: цели одного из коммуникантов, требующие реализации, по некоторым причинам противоречат реализации целей его партнера по коммуникации. Здесь необходимо сделать важную оговорку: описанная конфликтная ситуация имеет по крайней мере три исхода. Первый состоит в «силовом решении проблемы», которым могут послужить такие речевые действия, как приказ, принуждение, шантаж, угроза, оскорбление, прямой отказ. Второй путь состоит в «мирном решении» возникшего конфликта; он предполагает заключение некоторой догово-

ренности, основанной на компромиссе. В данном случае речь идет о таких видах речевых действий, как просьба, договор.

Если ни один из этих путей неприемлем для коммуникантов, например, в силу своей неуместности или прогнозируемой неэффективности, они могут прибегнуть к «игровому решению», основанному на речевом воздействии.

Таким образом, основными условиями реализации стратегической коммуникации являются:

- 1) наличие конфликта;
- 2) предпочтение игрового, то есть собственно стратегического, пути его разрешения;
- 3) прибегание к речевому воздействию как способу разрешения имеющегося конфликта.

К случаям стратегической коммуникации мы относим различного рода дебаты, дискуссии, споры.

Сущность стратегического поведения говорящего состоит в акте выбора, который осуществляется им на основании различных критериев. Ситуация говорения предполагает постоянное осуществление этого выбора с учетом контроля над соответствием уже сказанного намеченной коммуникативной цели, а также, по мере поступления информации о действиях и намерениях партнера по коммуникации, – и с учетом этого фактора.

Подводя итог сказанному, можно определить стратегию как способ поведения человека в условиях конфликта целей, который делает невозможным их непосредственное достижение (то есть достижение целей в одно действие). Соответственно, стратегия определяет серию действий, которые направлены на достижение стратегом своих целей. Коммуникация, имеющая в своей основе некоторое противоборство (то есть характеризующаяся конфликтом целей партнеров) и проходящая в игровой ситуации (то есть ограниченная в пространстве и времени, а также характеризующаяся наличием правил и принципиальной возможности выбора) с использованием средств речевого воздействия как основного орудия достижения коммуникантами своих целей, получает название стратегической коммуникации.

Речь является не только средством передачи сообщений, но и средством управления деятельностью людей. Работа менеджера состоит в побуждении других делать то, что необходимо для организации, и наиболее целесообразным образом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Хохлова Т.П.* Организационное поведение: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, 2009. – 509 с.
2. *Громкова Т.М.* Организационное поведение. – М.: ЮНИТИ, 1999. – С. 42.
3. *Сидоров П.И., Путин М.Е., Коноплева И.А.* – Деловое общение: Учебник для вузов / Под ред. П.И. Сидорова. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 384 с.
4. *Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 2-е, стереотип. – М.: Едиториал УРСС, 2009. – 284 с.
5. *Мальцева В.А.* Проблема речевого воздействия в профессиональном дискурсе // Психолингвистика в XXI веке: результаты, проблемы, перспективы: XVI международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. Тезисы докладов. Москва, 15-17 июня 2009. – М.: Эйдос, 2009. – С. 131-132.
6. *Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпл Д.* Школы стратегий. – СПб.: Питер, 2000.

Поступила в редакцию 01.09.2012
В окончательном варианте 08.10.2012

A.V. Gorelova

Samara State University

1 Academic Pavlov str., Samara, 443011

E-mail : anna_gorelova@mail.ru

The article is devoted to the specific character of managerial business communication, in particular, the role of strategic behaviour in business communication. The article is focused on the problems of organizational communication and the ways employees influence each other within an organization. Strategic communication is considered as a specific type of behaviour in communication, aimed at achieving communicational objectives more efficiently and as a result improving managers' performance in handling people.

Key words: business communication, communication strategies, strategic behaviour, organizational communications, management.

Original article submitted 01.09.2012

Revision submitted 08.10.2012

Anna V. Gorelova, senior lecturer, Department of Foreign Languages, Samara State University.

УДК 378

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ЭКСПЕРТИЗЕ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

О.П. Денисова

Тольяттинский государственный университет

445667, г. Тольятти, ул. Белорусская, 14

E-mail: kseniya101@mail.ru

Рассматриваются современные подходы к экспертизе качества высшего профессионального образования. Выделяются основные подходы к экспертизе качества, применение которых в комплексе дает возможность современным вузам обеспечить качество высшего профессионального образования.

Ключевые слова: образование, качество образования, внутренние и внешние компоненты качества образования, экспертиза качества, современные подходы к экспертизе качества.

Тема качества высшего образования поднималась в среде деятелей Русского технического общества в конце XIX – начале XX века и стала главным предметом обсуждения и практических действий в конце 20-30-х годов прошлого века во время индустриализации СССР. В 60-80-е годы XX века в Советском Союзе каждые четыре-пять лет высшими органами власти принимались постановления по вопросам высшего образования, где качество образования и подготовки специалистов были уже ключевыми терминами — категориями государственной образовательной политики.

В 1995 году по решению Генеральной конференции ЮНЕСКО был разработан программный документ «Реформа и развитие высшего образования». В документе

Оксана Петровна Денисова, кандидат психологических наук, доцент научного образовательного центра «Перспектива».