

ФОРМИРОВАНИЕ МОТИВОВ НРАВСТВЕННОГО ПОВЕДЕНИЯ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ КАК ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ УСЛОВИЕ ИХ НРАВСТВЕННОГО СТАНОВЛЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ В ВУЗЕ

Царан А.А.

ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный университет», Магнитогорск, Россия (455038, Челябинская обл., г. Магнитогорск, ул. Ленина, 114), e-mail: kompsan@mail.ru

В статье проведен анализ педагогического условия, направленного на формирование мотивов нравственного поведения будущих менеджеров через расширение их информационного поля в вопросах этики управления. Показана необходимость введения данного педагогического условия, раскрыта его сущность и обоснован выбор применяемых методов и средств реализации условия в процессе профессиональной подготовки будущих менеджеров в вузе. Информационная среда будущего менеджера в статье рассматривается как совокупность обстоятельств, в которых осуществляется его профессионально-познавательная деятельность и которая направлена на развитие нравственного сознания будущего специалиста и формирование мотивов его поведения. Информационное поле студента трактуется как субъективное отражение информационного пространства и информационной среды в его сознании. К основным методам, позволяющим положительно влиять на развитие мотивов к нравственному поведению, автор статьи относит анализ и синтез специально подобранных текстов, групповые дискуссии, «мозговой штурм» по объяснению пословиц и поговорок, кейс-стади, выполнение этических заданий и решение этических задач.

Ключевые слова: педагогические условия, мотивация нравственного поведения, информационная среда, методы, средства, этическое задание

FORMATION OF THE MOTIVES OF MORAL BEHAVIOUR AMONG FUTURE MANAGERS AS A PEDAGOGICAL CONDITION OF THEIR MORAL FORMATION DURING THE VOCATIONAL TRAINING IN THE HIGHER INSTITUTE

Tsaran A. A.

Magnitogorsk State University, Magnitogorsk, Russia (455038, Magnitogorsk, Lenin Street, 114), e-mail: kompsan@mail.ru.

In the article the analysis of the pedagogical condition concerning the motives of moral behaviour among future managers by means of information field in the ethics of management is carried out. The necessity of this pedagogical condition is showed, its essence and the used methods and means of this condition during the vocational training of future managers in the higher institute are described. In the article the information environment of a future manager is concerned as a number of conditions where his professional-cognitive activities are realized and directed to the development of moral consciousness of a future specialist and formation of his behaviour motives. The information field of a student is concerned as a subjective reflection of information space and information environment in his consciousness. The author of the article thinks that the main methods allowing positively to influence the development of motives in moral behaviour are analysis and synthesis of specially selected texts, group discussions, brainstorm concerning the explanation of proverbs and sayings, case-studies, ethical problems and tasks.

Key words: pedagogical conditions, motivation of moral behaviour, information environment, methods, means, ethical task.

Статья посвящена характеристике одного из педагогических условий нравственного становления будущих менеджеров в процессе профессиональной подготовки в вузе, связанного с формированием мотивов нравственного поведения студентов. Согласно современным представлениям психологии и педагогики, касающимся индивидуального нравственного сознания личности, выделяют три его уровня по степени осознанности мотивов этических поступков. Проведенное автором исследование связано с введением педагогического условия, направленного на формирование мотивов нравственного

поведения студентов через расширение их информационного поля в вопросах этики управления. Это обеспечивает не только знание нравственных принципов, но и осознание и принятие будущими менеджерами мотивов этического поведения современных руководителей в ходе учебных занятий. В статье раскрыта необходимость введения педагогического условия, его сущность и обоснован выбор применяемых методов и средств реализации условия в процессе профессиональной подготовки будущих менеджеров в вузе.

Актуальность рассматриваемой нами проблемы поиска педагогических условий нравственного становления будущих менеджеров в процессе профессиональной подготовки в вузе обусловлена рядом объективных обстоятельств. Прежде всего, это масштаб и радикальность социально-экономических изменений, которые произошли в российском обществе в 90-е годы XX века. Во-вторых, неизбежностью изменения морали в период радикальных изменений в обществе. В-третьих, изменения отношений общества и бизнеса, которые в последние десятилетия привели к принципиально новому взгляду на взаимовлияние экономической активности менеджеров и этических норм в управленческой деятельности. В-четвертых, недостаточная разработанность научно-методического обеспечения процесса нравственного становления будущих менеджеров в вузах, готовых к проявлению обоснованных мотивов нравственного поведения в управленческой деятельности.

Решение заявленной проблемы невозможно было без понимания самого феномена мотивов нравственного поведения. Определение сущности его в нашем исследовании и особенностей реализации позволили нам выявить педагогические условия, способствующие этому процессу.

Так как в педагогике существует разночтение в отношении понятия «педагогические условия», уточним нашу позицию. Мы придерживаемся точки зрения, согласно которой педагогические условия рассматриваются как совокупность внешних объектов и внутренних особенностей, определяющих существование, функционирование и развитие, эффективное решение поставленной проблемы [6, с.171]. Нами было выявлено, что базовым педагогическим условием нравственного становления будущих менеджеров должно быть формирование мотивов нравственного поведения студентов через расширение их информационного поля в вопросах этики управления.

Необходимость введения данного педагогического условия продиктовано тем, что отношение личности к соблюдению нравственных норм является одним из структурных составляющих поведенческого компонента. А данное отношение, по мнению ученых, представлено в сознании субъекта в виде мотивов, намерений и готовности совершать поступки, связанные с нравственной регуляцией [1, с.3].

В науке нравственность человека принято рассматривать как интегративную личностную характеристику, основной критерий оценки которой – мотивация поступков [9]. Однако достижение уровня сознательно принимаемых и обоснованных мотивов этического поведения в виде устойчивых принципов и убеждений рассматривается как высшая ступень социальной зрелости и нравственного самоопределения личности. До этого этапа субъект должен пройти ступени социальной мотивации поведения от уровня подсознательного стимулированием поведения инстинктами к уровню обыденного нравственного сознания, связанного с мотивированием обычаем или подражанием, а затем – к уровню осознанного принятия мотивов нравственных поступков.

Сензитивным этапом нравственного и профессионального становления является студенческий возраст, поскольку в этот период происходят важные изменения в мировоззрении, системе убеждений, направленности личности, что обеспечивает в дальнейшем этический способ взаимоотношений субъекта с миром. Поэтому в процессе профессиональной подготовки студентов необходимо обратить пристальное внимание на мотивацию нравственного поведения будущих специалистов, так как именно в этом возрасте из мотивов поведения активно складываются вышеназванные смысловые образования личности, формируется способ взаимодействия личности с социумом. Именно поэтому педагогическое условие мы связываем с формированием мотивов нравственного поведения.

Кроме того, из анализа литературы [4, 9] мы выяснили, что в психологии основными мотивами нравственного поведения учащихся и студентов считаются социальные и познавательные мотивы. Социальные мотивы включают в себя стремления к самоутверждению и социальному самоопределению, к личностному общению, к идентификации и др. Познавательные мотивы предполагают стремление к экспериментированию, моделированию, творчеству, к постижению и оценке мира и себя в нем. Учитывая это, мы предприняли попытку сформировать мотивы нравственного самоопределения через расширение информационного поля будущих менеджеров в вопросах этики управления.

Мы исходили из того, что современное общество существует одновременно в объективной и субъективной реальности под названием информационное пространство. Объективный характер информационного пространства проявляется в том, что его существование не зависит от человека, а его развитие является результатом жизнедеятельности всего человечества. Субъективность информационного пространства заключается в том, как и каким образом человек воспринимает его и осознает. То есть это модель информационного пространства, существующая в сознании конкретного индивида,

индивидуальное восприятие человеком окружающего информационного мира, отношение к этому миру.

Частью информационного пространства является информационная среда, определяемая как «ближайшее внешнее по отношению к индивиду информационное окружение, в котором непосредственно протекает жизнь и деятельность индивида» [5, с. 20]. Вид основной деятельности (а для студента это – профессионально-познавательная) определяет характер информационной среды будущего менеджера. Данная деятельность его протекает в информационной среде изучаемой дисциплины или студенческой группы, вуза и т.д.

Создание данной информационной среды в вузе связано с усилиями отдельной группы людей. Если мы говорим о профессиональной подготовке будущего менеджера в вузе, то его информационная среда формируется: 1) преподавателем; 2) педагогическим или студенческим коллективом вуза; 3) государством как общественным институтом.

Информационная среда имеет ряд характеристик, включающих в себя: 1) материальное обеспечение, т.е. наличие материальных носителей информации и их хранилища; 2) информационное обеспечение, т.е. возможность доступа к материальным носителям информации, сформированность у студента навыков работы с информацией; 3) коммуникативное обеспечение, т.е. возможность необходимого и полноценного общения на учебном занятии непосредственно или с помощью средств коммуникации, со студентами и преподавателем.

Одна из особенностей информационной среды заключается в том, что она предоставляет индивиду только возможность получения необходимых для него данных, сведений, гипотез, теорий и др. Умение же получать информацию и преобразовывать ее необходимо воспитывать, вырабатывать, оно приобретается в процессе профессиональной подготовки студента в вузе [5].

Таким образом, информационная среда будущего менеджера в нашем случае рассматривается как совокупность обстоятельств, в которых осуществляется его профессионально-познавательная деятельность и которая направлена на развитие нравственного сознания будущего специалиста и формирование мотивов поведения.

Кроме того, каждый студент имеет свое информационное поле. Опираясь на определение Е.А. Ракитиной и В.Ю. Лысковой [5], информационное поле студента мы трактуем как субъективное отражение информационного пространства и информационной среды в его сознании. Развитие информационного поля будущего менеджера как специалиста не прекращается в течение всей его жизни, оно направлено на осмысление фактов, событий, ситуаций окружающей действительности в ходе профессиональной

подготовки в вузе, затем – в профессиональной деятельности, самообучении, общении с коллегами и т.д.

В это понятие включаются не только осознанные факты, события окружающей действительности, знания индивида, но и мысли, планы, чувства, желания, потребности, представления, интуитивные догадки, озарения человека. К таким потребностям нужно отнести, прежде всего, потребность в самоопределении личности будущего руководителя и возникающих на ее основе потребностей в самовыражении и саморазвитии.

Информационное поле будущего менеджера является сложным, многомерным образованием его личности. Оно характеризуется: 1) его личностным и жизненным опытом, профессиональными умениями и навыками; 2) индивидуальными психологическими особенностями: типом восприятия, памяти, стилем мышления, быстротой реакции и т.д.; 3) личностными, общественными (групповыми) и профессиональными интересами и мотивами, в том числе мотивами нравственного поведения [3, с. 178].

Отсюда следует, что формирование устойчивых мотивов нравственного поведения будущего менеджера напрямую связано с умением преподавателей вуза задействовать в процессе профессиональной подготовки имеющийся у студента опыт (жизненный, личностный, опыт нравственного поведения) с учетом индивидуально-психологических особенностей его личности, потребности в поисках необходимой информации в области этики управления при подготовке к практическим занятиям.

При этом важно, чтобы преподаватели таких дисциплин, как «Менеджмент», «Управление персоналом», «Основы этики и культуры делового общения», умели создавать ситуацию информационного дефицита для поиска необходимой информации не только по своему предмету, но и в области этики управления.

Ситуации информационного дефицита на занятиях обеспечивают вовлечение студента в активную информационную деятельность, связанную с поиском ответа на поставленную этическую проблему применительно к профессиональной деятельности. Последнее при этом будет способствовать раскрытию личности будущего менеджера, обогащению его профессионального опыта, актуализации познавательных потребностей и, в конечном счете, формированию у них устойчивых мотивов нравственного поведения.

Создание ситуаций информационного дефицита вовлекает студентов в целенаправленно организованную информационную деятельность. Важными особенностями этой деятельности являются признание студента её субъектом, в котором особое место отводится самостоятельности и активности обучающегося, реализация принципа вариативности учебного процесса; создание ситуаций выбора правильного решения

поставленных задач или поиск путей выполнения заданий по той или иной проблемной ситуации.

Преподаватель при этом выступает в двух основных позициях: организатора и консультанта [2]. В каждой из них он организует взаимодействие студентов в той или иной ситуации проявления нравственности в информационной среде. В позиции организатора он налаживает взаимодействие студентов с социальным и физическим окружением: формирует подгруппы, координирует выполнения заданий; стимулирует студентов к поиску и переработке информации в области этики управления. В позиции консультанта-помощника преподаватель направляет учебно-информационную и профессионально-познавательную деятельность студентов, побуждая их самостоятельно искать и перерабатывать необходимую учебную информацию; продуцировать новое знание в области морали и нравственности руководителя; самостоятельно определять цели и задачи; принимать решения в процессе выбора ценностей и нравственного поступка, то есть делать правильный выбор своего поведения в управленческой деятельности.

Этим требованиям соответствует, по нашему мнению, применение совокупности определенных методов и средств, в основе которых лежит вовлечение студентов в активную учебно-познавательную и информационную деятельность, направленных на формирование мотивов нравственного поведения (прагматических, нравственных, мотивов самоопределения, познавательных, личной ответственности) студентов с опорой на информационный интерес и личный опыт; умений самостоятельно конструировать свои этические знания из имеющегося объема учебной информации, ориентироваться в информационном пространстве и критически осмысливать противоречивые ситуации морали и нравственного поведения руководителей разного уровня.

К основным методам, позволяющим положительно влиять на развитие мотивов нравственного поведения будущих менеджеров, мы относим анализ и синтез специально подобранных текстов, групповые дискуссии, «мозговой штурм» по объяснению пословиц и поговорок, кейс-стади, выполнение этических заданий и решение этических задач.

Так, на практическом занятии по теме «Организационная культура» в процессе изучения курса «Менеджмент» студентам было предложено следующее задание: «подберите несколько пословиц и поговорок, которые лучше всего характеризуют ситуацию изученной вами на практике организации по следующим позициям: нравственные отношения рядовых работников к руководству; нравственное отношение руководства к работникам; нравственное отношение исполнителей к делу; нравственное отношение к изменениям в организации» [8, с.11].

При подготовке к семинарскому занятию по теме «Методы воздействия на подчиненных» в курсе «Управление персоналом» нами было сформулировано следующее задание: «ниже приведен ряд пословиц; напишите, как можно было бы интерпретировать каждую пословицу или поговорку с точки зрения действующей в организации системы справедливого стимулирования труда работников и мотивов их нравственного поведения».

Одним из методов реализации рассматриваемого педагогического условия выступали кейс-стади. Ниже нами приведен пример по применению данного метода для развития информационного поля студентов и формирования мотивации к нравственному поведению будущих менеджеров.

Ситуация: Исходя из структуры нравственных отношений, которые по своему содержанию включают в себя принципы и нормы, усвоенные человеком по отношению к обществу, к другим людям и самому себе, определите параметры нравственного здоровья коллектива в организации, где вы были на практике. Сформулируйте основные моральные нормы отношений внутри данной организации.

Приведем примеры этических заданий при изучении темы «Мотивация подчиненных в работе руководителя» [7, с.69], которые активно использовались нами в процессе изучения курса «Управление персоналом».

Этическое задание 1. Из предложенного списка возможных льгот выберите те, которые, по вашему мнению, наиболее привлекательны для работников частного рекламного агентства:

а) *обеспечение питания:* оплаченные компанией чай, кофе, печенье, минеральная вода, бесплатные обеды, доплаты на питание, продуктовые наборы, пикники в дни отдыха;

б) *символы статуса:* предоставление служебного автомобиля, отдельный кабинет, современная оргтехника;

в) *подарки:* сувениры с символикой компании, туристические поездки, скидки на товары компании;

г) *организационная работа:* ротация, свободный график работы, гибкий график работы, участие в принятии решения;

д) *компенсация расходов работников:* беспроцентные ссуды, медицинская страховка, оплата занятий спортом, оплата мобильного телефона.

Этическое задание 2. Напишите, какие позитивные и негативные ценности, разделяемые персоналом, вы можете указать, выделив их по разделам: отношение работников к труду, отношение к руководству, отношение к клиентам.

Данные проведенного нами исследования показали, что введение описанного нами педагогического условия повышает интерес студентов к изучаемым темам курсов,

стимулирует поиск новой информации при подготовке к семинару, на конкретном примере заставляет задуматься и понять мудрость народной мысли, особенности нравственного поведения разных руководителей, объясняет результаты мотивации работников, формирует собственные позиции, установки и мотивы нравственного поведения.

Список литературы

1. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003. – 436 с.
2. Кларин М.В. Инновационные модели обучения в зарубежных педагогических поисках. – М.: Изд-во “Арена”, 1994. – 222 с.
3. Коммуникативный потенциал субъектов образовательного процесса: монография / под общ. ред. Савва Л.И.. – Магнитогорск: МаГУ, 2005. – 345 с.
4. Рахимов А.З. Нравология: учебно-методическое пособие по нравственному воспитанию. – Казань: Творчество, 2006. – 596 с.
5. Ракитина Е.А., Лыскова В.Ю. Информационные поля в учебной деятельности // Информатика и образование. – 1999. – № 1. – С. 19 – 25.
6. Савва Л.И. Межличностное познание в системе подготовки будущего учителя: монография. – Магнитогорск: МаГУ, 2001 – 246 с.
7. Травин В.В., Магура М.И., Курбатова М.Б. Мотивационный менеджмент. – М.: Дело, 2004. – 96 с.
8. Травин В.В., Магура М.И., Курбатова М.Б. Управление человеческими ресурсами. – М.: Дело, 2004. – 128с.
9. Шафикова Г.З. Мотивация нравственного поведения подростков: психосимантическое исследование // Электронный журнал «Психологическая наука и образование» www.psyedu.ru / ISSN: 2074-5885 / E-mail: psyedu@mgppu.ru 2011, № 4.

Рецензенты:

Савва Л.И., доктор педагогических наук, профессор кафедры педагогики ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный университет», г. Магнитогорск.

Сайгушев Н.Я., доктор педагогических наук, профессор кафедры педагогики ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный университет», г. Магнитогорск.