

## КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА СПЕЦИАЛИСТА СЕРВИСА КАК ФАКТОР УСПЕШНОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Ломова Н.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> «Ростовский государственный строительный университет», Ростов-на-Дону, Россия (344022, Ростов-на-Дону, ул. Социалистическая, 162), e-mail: lomovanatalia@mail.ru

Социально-экономические отношения, политический строй, национальные традиции, сложившиеся в обществе, диктуют высокие требования к специалисту в области сервиса, его профессиональному уровню. В современных условиях коммуникативная культура является основой успешной профессиональной социализации и может рассматриваться как система личностных потенциалов, необходимых для выстраивания путей эффективного профессионального продвижения. Для продуктивной коммуникации специалистов сервиса характерно лучшее понимание ситуации и предмета общения, взаимопонимание партнеров, что способствует достижению целей, обеспечивает разрешение проблем и предполагает оптимальное использование ресурсов. Коммуникативная культура – важное условие эффективной сервисной деятельности. Она предполагает умение стратегически и тактически строить свои отношения с участниками общения, опираясь на знания и умения применять средства общения (вербальные и невербальные), мастерство использования особенностей коммуникативного процесса, интерпретации коммуникативных типов партнеров, приемов влияния. Вопрос разработки программ, направленных на формирование блока личностных коммуникативных качеств, помогающих выработке коммуникативной компетентности и социализации будущих специалистов сферы сервиса, и отсутствие целостной системы современной практики социально-коммуникативной работы в условиях вуза стоит достаточно актуально.

Ключевые слова: коммуникативная культура, социализация, профессиональная компетентность, специалист сервиса, вербальная и невербальная коммуникации, коммуникативные умения и навыки.

## COMMUNICATIVE CULTURE OF A SPECIALIST SERVICE AS A FACTOR OF SUCCESSFUL SOCIALIZATION IN THE PROFESSIONAL SPHERE

Lomova N.V.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> «Rostov state building University», Rostov-on-Don, Russia, (344022, Rostov-on-Don, ul socialist, 162), e-mail: lomovanatalia@mail.ru

Socio-economic relations, political system, national traditions in society dictate the high requirements to the specialist in the field of service, his professional level. In modern conditions the communicative culture is the basis of successful professional socialization and can be considered as a system of personal capabilities needed to build effective ways of promotion. For effective communication of specialists of the service is characteristic of a better understanding of the situation and the subject of communication, mutual understanding between the partners, which contributes to the achievement of the objectives, provides the resolution of problems and the best use of resources. Communicative culture - an important condition for effective service activities. It involves the ability to strategically and tactically to build their relations with the participants of the communication, based on their knowledge and skills to apply means of communication (verbal and nonverbal), skill to use the features of the communicative process, interpretation communicative types of partners, techniques of influence. The question of the development of programs aimed at formation of a block of personal communicative skills, facilitating communicative competence and socialization of the future specialists in the sphere of services, and lack of complete system of the modern practice of socio-communicative work in the Institute of higher education is quite important.

Key words: communicative culture, socialization, the professional competence of a specialist service, verbal and nonverbal communication, communication skills.

### Введение

В настоящее время в условиях совершенствования системы образования приобретает значение изменения процессов, которые происходят в разных областях профессиональной деятельности, без чего немислима реализация и выработка образовательных технологий и

программ, которые обеспечивают успешность деятельности специалиста сервиса. Наиболее актуально данный аспект отражается при подготовке специалистов социально-культурной деятельности, функции которых осуществляются в новой экономической, социальной политической сферах. Эта ситуация характеризуется большой динамикой и резонансом в разных областях сервисной деятельности, высокой степенью ответственности специалистов, потребностью осуществлять различные виды профессиональной деятельности, устанавливать деловые связи, многочисленные широкопрофильные контакты. В этой связи коммуникативные умения и навыки специалиста сервиса особенно актуальны.

Коммуникативная культура как социально-психологическая категория рассматривается в трудах многих психологов, педагогов, социологов и предполагает знания, умения и навыки общения, обхождения, взаимодействия. Содержание данного аспекта представляет не только отношения симпатии и антипатии, проявления личностно-психологических характеристик в сфере малых и больших групп, но и как совокупность норм, правил, предписаний и технологий в социальных, политических, экономических и др. сферах жизнедеятельности. Совокупность социальных связей общества независимо от их размаха может рассматриваться как реализация и характеристика коммуникативной культуры между людьми.

Исследование коммуникативной культуры специалиста сервиса и социально-культурной сферы основывалось на методологии деятельностного подхода Л.С.Выготского, Б.Г.Ананьева, Б.Ф.Ломова, А.А.Бодалева; [1] В исследованиях коммуникативной компетентности, влияющей на профессиональную социализацию, выделяются динамические аспекты и содержательные, которые относятся к качествам различных психических свойств. Динамические качества при этом обусловлены общими свойствами нервной системы, которые были обоснованы учениями И. П.Павлова о законах высшей нервной деятельности, а в процессе жизнедеятельности человека, воспитания, образования формируются и рассматриваются личностные содержательные качества (А.И.Крупнов, А.В. Мудрик, А.А.Леонтьев, О.В.Солонкина) [3]

Социально- экономические отношения, политический строй, национальные традиции, сложившиеся в обществе, диктуют требования к специалисту в области сервиса, его профессиональному уровню.

Коммуникативная культура включает как вербальные, так и невербальные основы. Более продуктивно реализовать рекламируемый продукт и его оптимально организованное продвижение обеспечивают хорошие навыки вербальной культуры, а сведения об особенностях данного товара рождаются именно в преобразовании речевых вариаций.

На успешность социализации в профессиональной сфере большое значение имеет уровень владения речевой культурой. Специалист социокультурной сферы должен быть словесником независимо от того, с каким уровнем клиентов он общается, где важнейший рабочий инструмент является его слово. К специалисту сферы сервиса предъявляются высокие требования, где присущи диалогическая открытость и умение быть коммуникативным лидером. Именно данные умения адаптируют к более успешной социализации в профессиональной сфере [2].

Процесс социализации обуславливает необходимость принятия специалистом сервиса определенного стандарта, набора, установок и ориентиров коммуникативной культуры. Хороший специалист сферы сервиса приступает к общению с обслуживаемыми клиентами с учетом стремлений, мотивов и интересов. Реализация процесса продвижения сервисных услуг носит творческий характер, что обуславливает построение тактики и разработки коммуникативных технологий, отражающих все аспекты вербальных и невербальных базовых знаний. К примеру, часто неумение четко, ясно и лаконично аргументировать приводит, как минимум, к непониманию, и возможно, к созданию конфликтной ситуации.

Скорость, объем, надежность, а также точность, яркость и логичность усвоения, и как следствие, сохранение, запоминание рекламного материала напрямую зависит от искусства владения речью, от умения динамично, эмоционально и презентабельно преподнести какой либо продукт или услугу. Процесс оказания сервисных услуг – это непосредственный контакт с аудиторией, живое общение, поэтому необходимо нарабатывать навыки творческого понимания с нею.

Речевое искусство, как область коммуникативной культуры специалиста по сервису является неотъемлемой частью его профессиональной коммуникативной компетентности. Это такое владение риторикой сервисного обслуживания, в результате которого прогнозируется реакция клиента, что позволяет выстраивать траекторию и тактику дальнейшего, перспективного сотрудничества, а также намечать линию возможного сетевого маркетинга по продвижению и реализации услуги или продукта. Взаимодействие направляется и управляется, совершенствуясь в формах, наиболее оптимальных для определенной ситуации, задачи, аудитории. Актуальны умения построения технологий взаимоотношений специалиста и клиента таким образом, чтобы формирование и создание представлений, знаний, оценок об услуге или продукте происходило в процессе творческого взаимодействия и базировалось на совместном принятии решения проблемных задач. Специалист сферы сервиса должен быть коммуникативным лидером, способным привлечь внимание компетентностью не только в области знаний, но и в сфере владения речевым мастерством, с легкостью оперируя всеми приемами ведения деловой беседы в соответствии

с этикетными нормами. Менеджеру необходимо обладать умением выслушать обслуживаемое лицо, живо интересуясь его проблемами, используя речь как средство их разрешения. Специалисту сферы сервиса необходимо иметь знания, умения и навыки в области психологии и этики делового взаимодействия, которые, безусловно, помогут достичь уверенности в себе, умения грамотно презентовать товар или услугу, которые он представляет. Высокий профессиональный уровень владения коммуникативными приемами, включающими и речевое искусство, позволяет урегулировать нестандартные ситуаций, возникающие в процессе взаимодействия. Умение подобрать для каждого именно те слова, которые клиент ожидает услышать, является необходимым, чтобы заинтересовать и вступить в творческое взаимодействие с перспективой дальнейшего сотрудничества. Для успешной реализации поставленных задач, уровень владения речью специалиста сферы сервиса должен быть высоким. Целенаправленное систематическое формирование у будущих специалистов сервиса речевой компетентности является одним из путей решения этой проблемы как фактора успешной профессиональной социализации.

В современных условиях коммуникативная культура является основой профессиональной социализации и может рассматриваться как система личностных потенциалов, необходимых для выстраивания путей эффективного профессионального продвижения. Компетентность в общении включает богатый опыт исторически и культурно обусловленного общения, построение которого зачастую имеет вариативные общечеловеческие характеристики, отражающие этнические особенности. Таким образом, для успешной профессиональной социализации необходимо рассматривать коммуникативную культуру в том числе, как и основу, предполагающую знание менталитета, особенностей традиций, обычаев и этических правил разных народностей. В процессе многопланового общения обеспечивается единство взаимопонимания и согласованность поступков, намерений, поведения, отражаются качества человека как субъекта многонациональной культуры.

Общение в сфере сервиса является как функцией взаимодействия, так и функциональной категорией. Способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми является выражением коммуникативной культуры. Для продуктивной коммуникации специалистов сервиса характерно лучшее понимание ситуации и предмета общения, взаимопонимание партнеров, что способствует достижению целей, обеспечивает разрешение проблем и предполагает оптимальное использование ресурсов[6].

В современных условиях развитие эффективного общения специалистов предполагает несколько направлений с целью гармонизации самого взаимодействия. В практике развития коммуникативной культуры как фактора успешной социализации выделяют виды общения,

как ролевое, личностное, социально-ориентированное, а также служебно-деловое. Основанием для различения является не только психологическая и социальная дистанция, между партнёрами, но и роль, а также цель и статус самого процесса взаимоотношений. В социальной психологии рассматривают 3 стороны самого процесса общения, которые являются доминантами процесса социализации: перцептивная сторона — взаимное восприятие, при котором складываются первые впечатления, симпатии или антипатии, а также понимание мотивов поведения партнеров; коммуникативная сторона — обмен знаковыми сообщениями, высказываниями; интерактивная сторона — деятельностная сторона, предполагающая активную реализацию проектов и принятие решений[4].

Особую актуальность в настоящее время приобретают этические стороны сервисной деятельности, в том числе, взаимодействие потребителей услуг и работников предприятий сервиса. Важное значение имеет профессиональная этика, которая помогает в выполнении задач по обеспечению увеличения объема услуг, формированию имиджа предприятий сервиса, и как следствие, более полного удовлетворения спроса населения.

Понимание культуры социально-экономических отношений и владение коммуникативными приемами способствует установлению продуктивных профессиональных связей.

Не имея знаний и представлений об этических нормах, а также специфике коммуникации как особого вида взаимодействия людей, порой специалисты сервиса осуществляют свою профессиональную деятельность на примитивном уровне, не позволяющем росту как личной карьерной перспективы, так и предприятия в целом. При этом процесс социализации проходит непродуктивно и безуспешно. Проблема коммуникативной культуры как фактора успешной социализации в профессиональной сфере выделяется особенно остро.

В настоящее время современным обществом востребованы профессионалы своего дела, а для множества профессий владение коммуникативными техниками – основное профессиональное качество. Коммуникация может быть реализована как и беседа с конкретным лицом, так и обсуждение определенных вопросов группой людей. Специалисты по теории коммуникации выделяют несколько этапов[5]. Это этап установления первичного контакта, этап адаптации и ориентации в ситуации, этап принятия какого-либо решения и, наконец, этап выхода из взаимодействия. Выделением этих этапов и умением их управления определяется во многом эффективность делового партнерства. Любая коммуникация начинается с первичного контакта. Основная задача этого этапа – мотивировать собеседника к общению и создать благоприятные возможности для принятия решений и дальнейшего делового сотрудничества. Специалист сервиса должен обладать умениями такта,

корректности, оставаться сдержанным и доброжелательным в продолжение всего общения с клиентом. Коммуникативная культура – важное условие эффективной сервисной деятельности. Она предполагает умение стратегически и тактически строить свои отношения, опираясь на знания и умения применять средства общения (вербальные и невербальные), мастерство использования особенностей коммуникативного процесса, интерпретации коммуникативных типов партнеров, приемов влияния.

Коммуникативная культура специалиста сервиса предполагает понимание и прогнозирование потребностей клиента, причин его недовольства. При возникновении конфликтной ситуации важны умения гибкого реагирования и грамотного действия с профессиональной точки зрения. Это может выражаться в попытке нейтрализовать возмущение клиента, в убеждении надежности предоставляемых товаров или услуг. Специалист, работающий в сфере сервиса, должен осознавать, насколько важно уметь выслушать клиента и не позволить ситуации выйти из под контроля. Завоевание клиента является основной целью профессий в данной области.

Студенты в процессе жизнедеятельности различаются по социально-культурным и психологическим факторам, что сказывается на развитии коммуникативных качеств. Это оказывает влияние на качество успешной социализации и соответствия профессиональным требованиям, которые предъявляются к специалисту сервиса. К сожалению, современная система высшего образования не уделяет должного внимания вопросу развития коммуникативных качеств будущих специалистов сферы сервиса. Это отрицательно отражается на продуктивности дальнейшей их деятельности и, как следствие, ведет к разочарованию в профессии, переход в другие сферы.

Существующие по данному направлению государственные образовательные стандарты, не предполагают формирование специалиста как коммуникативной личности в качестве целевой установки, что вызывает необходимость дополнительных ресурсов. В виде подобных средств можно рассматривать досуговое время студента. В досуговых объединениях будущих специалистов сервиса формируются коммуникативные умения и навыки, что способствует развитию коммуникативной культуры, компетентности и влияет на повышение уровня успешной социализации в профессиональной сфере. Целенаправленно организованная внеучебная культурно-досуговая деятельность, направленная на компенсацию недостающих личностных свойств, способна сформировать и развить качества, повышающие уровень коммуникативной культуры.

Вопрос разработки программ, направленных на формирование блока личностных коммуникативных качеств, помогающих выработке коммуникативной компетентности и социализации будущих специалистов сферы сервиса, и отсутствие целостной системы

современной практики социально-коммуникативной работы в условиях вуза стоит достаточно актуально.

Коммуникативные знания, умения применения коммуникативных приемов и техник, навыки успешного владения вербальными и невербальными методами, как основами общей коммуникативной культуры,- являются неотъемлемыми компонентами квалификационной характеристики специалиста сервиса. А показателем уровня профессиональной деятельности специалиста выступает степень сформированности данных характеристик.

Коммуникативная культура личности является компонентом духовной культуры, а для специалиста сервиса служит важнейшим фактором успешной социализации в профессиональной сфере.

### **Список литературы**

1. Бодалева А.А. Психологическое общение. – М.: Изд-во “Институт практической психологии”, Воронеж: Н.П.О, “Модек”, 1996.- 256с.
2. Корсаков А. П. Культура речи работника сферы обслуживания. – Ярославль, 1999.
3. Леонтьев А. Н. Избранные психологические произведения: В 2-х т. – М.: Педагогика, 1983.
4. Основы социально-психологической теории. Под редакцией Бодалева А.А., Сухова А.Н.-М.: Международная педагогическая академия, 1995.-412с.
5. Общение и оптимизация совместной деятельности. Под редакцией Андреевой Г.М.- М.: 1987.- 297с.
6. Петровская Л.А. Компетентность в общении. – М.: Изд-во МГУ,1989.- 216с.

### **Рецензенты:**

Котова И.Б., д.псх.н., профессор, зав. лабораторией «Технологии развития личности» Учреждения РАО «Институт образовательных технологий», г. Сочи.

Щербакова Т.Н., д.псх.н., профессор, зав. кафедрой психологии ГБОУ ДПО РО РИПК и ППРО, г. Ростов-на-Дону.