

КЛЮЧЕВАЯ РОЛЬ АКСИОЛОГИЧЕСКОГО АСПЕКТА В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Беспалова И.В.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», Н. Новгород, Россия (603950, г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23), e-mail: bespalova@unn.ru.

В статье проводится анализ различных трактовок понятия «социокультурная компетентность» и имеющихся подходов к развитию аксиологической культуры личности в системе профессиональной подготовки кадров. Автором раскрываются основные понятия, составляющие сущность социокультурной компетентности, процесса ее формирования, показывается отличие традиционной знаниевой культуры от аксиологической, устанавливаются характерные черты последней. Говорится о теоретико-методологическом анализе существующих подходов к описанию понятия «социокультурная компетентность», на основе которого уточняется его определение, базовыми для которого являются понятия личностных качеств человека, определяющих его отношение к миру и к самому себе, т.е. его ценностные установки.

Ключевые слова: профессиональная культура, профессиональная компетентность, социокультурная компетентность, культура личности, прагматическая культура, информационная культура, аксиологическая культура, инструментальный разум, информационный шум.

KEY ROLE OF AXIOLOGICAL ASPECT IN FORMATION OF PROFESSIONAL CULTURE

Bespalova I.V.

Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod, Russia (603950, Nizhny Novgorod, Gagarin Ave., 23), e-mail: bespalova@unn.ru

In article the analysis of various interpretations of concept sociocultural competence and the available approaches to development of axiological culture of the personality in system of vocational training of shots is carried out. The author the basic concepts making essence of sociocultural competence, process of its formation reveal, difference of traditional znaniyevy culture from aksilogicheskyy is shown, characteristic features of the last are established. To be told about the teoretiko-methodological analysis of the existing approaches to the description of concept sociocultural competence on the basis of which its definition is specified, for which concepts of the personal qualities of the person defining his relations to the world and to itself, i.e. its valuable installations are basic.

Keywords: professional culture, professional competence, sociocultural competence, culture of the personality, pragmatical culture, information culture, axiological culture, tool reason, information noise.

Понятие «культура» – одно из фундаментальных в современных гуманитарных науках. Существует более 550 определений культуры, но в контексте заявленной темы культура рассматривается, прежде всего, как совокупность материальных и духовных ценностей (т.е. с позиций аксиологического подхода) и как совокупность профессиональных знаний и умений, а также таких личностных качеств, как творчески-созидательное отношение к профессиональной деятельности и «способность к принятию решений и их оценке одновременно с двух позиций – конкретно-технологической и социокультурной» [13, с. 263]. Таким образом, *профессиональная культура формируется на стыке профессиональной и социокультурной компетентности.*

Профессиональную компетентность определяют как необходимое условие

профессионализма [2; 7], что в данном понимании трактуется как высокий уровень специальных профессиональных знаний и овладение разными сферами профессиональной деятельности, глубокое понимание насущных профессиональных проблем, деловая надежность и способность успешно и безошибочно решать широкий круг профессиональных задач [21]. При этом профессиональная (или специальная, проявляющаяся непосредственно во владении профессиональной деятельностью) компетентность тесно связана с другими специальными видами компетентности: социальной (ответственность за результаты своего труда, высокий уровень профессионального взаимодействия и общения), личностной (владение приемами личностного самовыражения, противостояния профессиональной деформации) и индивидуальной (владение приемами самореализации и развития индивидуальности в рамках профессии) [14].

Следует отметить особую роль коммуникативного компонента профессиональной компетентности, ведь большинство осуществляет свою профессиональную деятельность в условиях тесного взаимодействия с другими людьми, включая представителей иных культурных сообществ. Поэтому правомерно говорить, что компетентность проявляется прежде всего в общении [6]. Невозможно достичь определенного (высокого) уровня профессиональной компетентности, а значит и профессионализма, не обладая компетентностью социальной и *социокультурной*.

К пониманию социокультурной компетентности в отечественном гуманитарном знании существует несколько подходов. Ряд авторов определяет ее как способность к конструктивному использованию социальных знаний, навыков и умений, обеспечивающих адаптацию и самореализацию в системе социальных взаимоотношений [12]. Другие полагают, что определяющее значение в содержании социокультурной компетентности имеют психологические качества человека, регулирующие его взаимоотношения с миром на основе отношения к самому себе как к личности, своих ценностных ориентаций и поведенческих установок [10].

Обобщая вышеизложенное, в структуре социокультурной компетентности можно выделить три аспекта: *деятельностно-поведенческий* (умения и навыки поведения, деятельности и общения), *когнитивно-интеллектуальный* (знать, понимать, представлять, анализировать) и *мотивационно-аксиологический* (направленность, ценности) [19]. Здесь социокультурная компетентность по своему сущностному содержанию приближается к понятию «культура личности», если рассматривать таковую как совокупность трех базисных компонентов: прагматической, информационной и мотивационной культуры.

Если рассматривать личность как высшую форму бытия человека, превращающую его в агента общественной жизни, в субъект исторического процесса, то *культура личности*

является конечным оптимальным результатом функционирования социальных механизмов формирования личности [17]. Далеко не всем представителям человеческого рода присуще качество личности: «личность» – это не атрибут человека, а, скорее, модус, т.е. историческое, формируемое состояние. Здесь не уместны ни хронологические рамки, ни возрастные состояния, потому что и в раннем возрасте можно стать личностью (А. Пушкин, В.А. Моцарт и др.), и в течение всей жизни не обрести этого качества. Очевидно, что процесс превращения человека в личность достаточно сложен, потому что человеку приходится преодолевать барьеры социальных фильтров (мода, реклама, конформизм, внушение, манипулирование и пр.), но именно тот человек и становится личностью, который способен стать не объектом, а *субъектом общественных процессов* [9], т.е. деятелем, творцом, социально функционирующим человеком. Здесь вновь прослеживается родственная связь с понятием социокультурной компетентности, которая является неким целостным социальным качеством личности, формирующимся в процессе образования и подразумевающим активную, *деятельностную позицию* человека [19].

Для характеристики процесса формирования общей культуры личности важное значение имеет понятие «культурация», которую рассматривают как вид, аспект социализации как целостного процесса. При этом под социализацией понимают процесс передачи всего социального опыта человечества (т.е. и положительного и отрицательного, и ценного и неценного), а под культурацией – процесс передачи только ценного, положительного, т.е. культуры [5]. Таким образом, формирование культуры личности (в широком контексте) есть процесс социализации, т.к. именно этот процесс обеспечивает преемственность культур, преемственность поколений, а значит и стабильность общества. Но социализация - это не только передача обществом опыта, накопленных педагогических знаний, но и освоение, усвоение личностью социального опыта, это активный коммуникативный процесс. Культура общества (социальный опыт человечества) во всем ее многообразии как совокупность социальных ценностей трансформируется в культуру личности механизмами социализации, в частности – культурации. Культура общества «оседает» в культуре личности, поэтому саму культуру личности можно рассматривать по аналогии с культурой общества как все положительное, ценное в структуре личности, в ее внутреннем мире и формах поведения [8].

Социальный опыт человечества есть совокупность трех базовых ценностей: это умения, знания и установки. В культурологическом и социально-философском аспекте эти три блока ценностей образуют три типа культуры: прагматическую, информационную и мотивационную. Именно они и определяют и три социальных механизма трансляции: обучение, образование и воспитание. Таким образом, в системе культуры личности

раскрываются три базовые подсистемы: *прагматическая* или операциональная, практическая подсистема; *информационно-гносеологическая* (кратко – информационная) или знаниевая и, наконец, *аксиологическая*, ценностно-ориентационная или мотивационная подсистема. Тогда *социокультурная компетентность* – не что иное, как качество личности, сформированное на основе базовых составляющих общей культуры личности.

Прагматическая культура личности преодолевает абстрактность знаний и установок «знаю» и «хочу» и может рассматриваться как совокупность умений, т.е. совокупность способностей действовать (навыки, методики, методы, способы, приемы, технологии). Прагматическая культура тесно связана с информационной культурой, т.к. *умения*, раскрывающие поле возможного применения человеческого потенциала, формируются *на основе знаний*. Само же по себе знание ничего не дает, оно лишь информационно вооружает человека, готовит его к действию, к деятельности. В данном контексте абсолютизированное высказывание Ф. Бэкона звучало бы более правдоподобно в таком варианте: «Знание, превратившееся в деятельность, – сила».

Информационная культура личности в широком понимании – это качественная характеристика жизнедеятельности современного человека в информационном, медиатизированном обществе. В более узком смысле под информационной культурой понимают совокупность:

- способности воспринимать мир как систему прямых и обратных информационных связей;
- способности ориентироваться в информационном обществе;
- высокопродуктивной деятельности, основанной на системе знаний, умений и навыков;
- развитых на их базе способностей к использованию информационно-коммуникационных технологий [15, с. 52].

Информационную культуру личности трактуют с различных научных позиций как познавательную (гносеологическую), знаниевую (эпистемологическую), а также как эрудированность личности, ее компетентность. При этом под компетентностью понимают особый тип организации предметно-специфических знаний, позволяющий принимать эффективное решение в соответствующей области деятельности. Так или иначе, независимо от терминологии, сущность этой подсистемы культуры личности достаточно точно выражается понятием «знание». Поэтому правомерно утверждать, что *информационная культура личности* есть *знаниевые образования в структуре личности*.

По мнению ряда исследователей, информационная культура личности является уровневой, развивающейся во времени подсистемой. Выделяют три уровня информационной

культуры личности: общий (базовый), профессиональный и высший (логический). На общем (базовом) уровне информационной культуры личности главная особенность набора знаний, навыков и умений заключается в их межпредметности, т.е. возможности их применения почти без изменений в различных видах деятельности. На профессиональном уровне информационной культуры личности знания, навыки и умения характеризуются специфичностью, большей сложностью, но вместе с тем и ограниченностью области применения (т.е. они привязаны к профессиональной деятельности человека). На высшем (логическом) уровне информационной культуры личности знания, навыки и умения также носят межпредметный характер, однако отличаются от базовых степенью сложности. Они обусловлены творческим мышлением, возможностью осуществлять анализ и синтез, комбинировать ранее освоенные знания, навыки и умения [3, с. 147].

К сожалению, на данный момент информационная культура чаще трактуется в узком смысле, как показатель профессиональной, но не общей культуры личности. Однако техника, и самая примитивная, и самая современная, создается и потребляется людьми, «человеческим фактором». Поэтому становится очевидным, что люди со всем разнообразием своих профессиональных функций должны обладать не только профессиональной культурой, чтобы все создаваемое и потребляемое ими (от авторучки до космических кораблей) было качественным, но и определенным *уровнем культуры личности*, чтобы это было оценено потомками как важный позитивный опыт [4].

Доминирование на протяжении длительного времени в структуре информационной культуры профессиональной составляющей привело к появлению феномена, которому М. Хоркхаймер дал название «*инструментальный разум*». Инструментальный разум характерен для представителей индустриальной цивилизации, в основе которой лежит рациональность, названная Хоркхаймером «*болезнью разума*» [16]. Это неотъемлемая часть человеческого сознания, жадно стремящегося к доминированию, господству над природой. Воля покорителей требует постоянного прироста знаний, которые в условиях технического и технологического прогресса позволят максимально эффективно эксплуатировать природную среду; при этом интеллектуальные способности человека рассматриваются лишь как инструмент в решении прагматических задач. Такой разум призван обслуживать определенные групповые интересы, его усилия сосредоточены в бытовой сфере на конструировании и совершенствовании *инструментов*, позволяющих достичь целей, поставленных не самим человеком, а группой, он не настроен и не способен к рефлексии происходящего, лишен творческой активности и критической способности [5]. Именно поэтому Хоркхаймер называет инструментальный разум *ополовиненным*, ориентированным на цель, но не способным увидеть смысл. Любая цель рассматривается лишь относительно

какой-либо другой цели в рамках одной и той же иерархии, т.е. оказывается очередным средством. По мнению философа, инструментальный разум перестает быть собственно разумом, он сводится к совершению ряда интеллектуальных операций (калькуляция, расчет), что подразумевает отсутствие самой проблематики мышления: «Мышление теперь может служить какой угодно цели – порочной или благой» [22, с. 30]. В овладении знаниями инструментальный разум ориентируется на понятие *пользы*, но не *ценности*.

Само по себе знание любого вида и типа нейтрально в ценностном отношении. Важно отношение к нему общества и личности, а отношение это приобретает с аксиологической точки зрения ценностное значение: позитивное или негативное, желательное или нежелательное, полезное или вредное, эффективное или неэффективное, принимаемое или отвергаемое и т.д. Иначе говоря, само знание является объектом оценки, а эта оценка неизбежно раздваивается на положительную и отрицательную. Не только общество исторически вынуждено определять свое ценностное отношение к реалиям, но и каждая личность. Знание (ложное или истинное, гипотетическое или достоверное, аксиоматическое или догматическое и пр.) является основой выработки отношения, установки к любому явлению. Есть все основания полагать, что высшей, предельной формой знания является знание теоретическое, т.е. системное и достоверное. Именно такое знание и составляет основу информационной культуры личности.

В процессе социализации, т.е. при формировании базовой культуры личности, человеку из поколения в поколение, безусловно, передаются все виды и формы знаний, включая ложные и истинные, ценные и неценные, позитивные и негативные, культурные и антикультурные (критерий разграничений определяется с аксиологической точки зрения). Основой же формирования информационной культуры личности являются те знания, которые способствуют развитию человека, его самосовершенствованию, пониманию им самого себя и других, т.е. знания, обладающие общечеловеческой *ценностью*.

Именно ценности, ценностные установки помогают человеку сориентироваться в социокультурном пространстве, в чрезвычайно насыщенном информационном поле, созданном постиндустриальной эпохой. Действительно, начало XXI века характеризуется высочайшим темпом смены информационных технологий и изменением характера и структуры общественного потребления. Потребительские предпочтения сдвигаются в сторону образования, информационных услуг и здоровой окружающей среды; сменяются стереотипы и ценности «общества потребления». Современное информационное общество (по Э. Тоффлеру), в отличие от индустриального, прежде всего ориентировано на «качество жизни» и творческую самореализацию всех его членов. Новейший технологический уклад приобретает отчетливый информационно-коммуникационный облик: информация

становится стратегическим ресурсом общества, во многом обуславливающим его способность к успешному саморазвитию, а также взаимодействию с представителями других исторически сложившихся культурных моделей [18, с. 77]. Информационные процессы, транслируемые и осуществляемые средствами массовой коммуникации, охватывают весь общественный организм, пронизывают все его подсистемы, присутствуют в любом фрагменте общественной жизни. Именно поэтому современное общество называют «медиагизированным»: едва ли не важнейшую роль в его успешном функционировании играют достижения информационной революции – телекоммуникации и Интернет, способные к одновременной трансляции информации по всему миру. Таким образом, роль информации в современном обществе возрастает, а ее объемы постоянно увеличиваются.

Установлено, что в начале XXI в. человек потребляет в пять раз больше информации, чем в 80-х годах XX в., но не вся эта информация является *ценной*, т.е. позитивной для социального опыта человечества в целом и человека в частности. Иными словами, современный человек живет в состоянии *повышенного информационного шума*, что ставит перед ним задачу отбора, «фильтрации» ненужной или слишком сложной информации ради спасения собственного разума. Информация подобного рода, именуемая «максимальной», представляется человеку хаосом и неопределенностью, которые необходимо преодолеть, т.е. совершить редукцию неопределенности в сознании [7]. Это означает, что сознание получателя стремится *упорядочить неопределенность*, произвести *переход от незнания к знанию*. Подобный процесс характеризуется появлением в человеческом сознании *ценностной установки*, работающей на упорядоченность в отборе информации.

Установки – это совокупность представлений человека о реальности, позволяющих ему ориентироваться в мире и давать оценку происходящим событиям [11, с. 126]. Установки – это побудительная сила человека, выражающая его отношение к реальности, его позиции и диспозиции, его ценностные ориентации. В свою очередь, совокупность установок, т.е. позиций, отношений и оценок составляет базис *аксиологической (мотивационной) культуры личности*. В отношении к обществу этот блок охватывает ценностное (в общечеловеческом плане) содержание культуры, а в отношении к личности – мотивационное содержание ее внутреннего мира. Именно аксиологическое отношение к миру позволяет усваивать и воспринимать знания на глубоком культурном уровне, т.к. эти знания основаны не на количественном приросте и элементарном накоплении (как в культуре Рима времен упадка), а на силе ассоциаций между элементами знаний и *иерархии ценностей*. Механическое усвоение знаний за счет простого увеличения информационного поля есть эрудиция; аксиологическая культура превращает эрудита в *творца*, способного оперировать знаниями на качественном (вызывающем глубокие ассоциации) уровне [20].

Аксиологическая культура не является по своей природе знаниевой, хотя знаниевый момент присутствует как одна из основ ценностных установок (убеждений, целей, желаний, ориентаций и т.п.). В свою очередь, аксиологический аспект является частью знаниевой, информационной культуры; той ее частью, которая определяет отбор, усвоение, использование и трансляцию информации, помогает ориентации человека в информационном поле (инфосфере), ограждает от ошибок инструментального разума, пробуждает творческий потенциал личности. Информационная культура выступает как связующее звено между культурой аксиологической и прагматической; эта связь выражается в побуждении к действию, в мотивации к саморазвитию и самосовершенствованию.

Таким образом, можно свидетельствовать о наличии и важной роли *аксиологического аспекта* в каждой подсистеме общей культуры личности. Культура личности в своей структуре имеет те же базовые составляющие, что и социокультурная компетентность. Очевидно, что формирование социокультурной компетентности неотделимо от процесса социализации и становления культуры личности. Несмотря на множество определений, большинство исследователей сходятся во мнении, что основой социокультурной компетентности являются *личностные качества* человека, определяющие его отношение к миру и к самому себе, т.е. его *ценностные установки*. Рассматривая профессиональную культуру как совокупность собственно профессиональной и социокультурной компетентности, можно заключить, что аксиологическая культура личности имеет ключевое значение в формировании профессиональной культуры современного человека.

Список литературы

1. Абульханова-Славская К.А. Развитие личности в процессе жизнедеятельности // Психология формирования и развития личности. – М., 1981.
2. Ангеловский А.А. Профессиональная компетентность как необходимое условие профессионализма (психолого-акмеологический анализ) // Актуальные вопросы современной педагогики : материалы международной научной конференции. – Уфа : Лето, 2011. – С. 7–13.
3. Атаян А.М. Информационная культура личности в условиях информатизации общества. – М., 2004.
4. Волкова В.О. Духовно-практическая компетенция как принцип субъектности человека. – Н. Новгород : Изд-во ННГУ, 2005.
5. Давыдов Ю.Н. Критика социально-философских воззрений Франкфуртской школы. – М., 1977.
6. Деркач А.А., Зазыкин В.Г. Акмеология. – СПб. : ПИТЕР, 2003.

7. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. – Екатеринбург, 1999.
8. Запесоцкий А.С. Образование, философия, культурология, политика. – М. : Наука, 2002.
9. Зеленев Л.А. Антропология. – Собр. соч., т. 4. – Н. Новгород : НГАСУ, 2007.
10. Зимняя И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования // Высшее образование сегодня. – 2003. - № 5.
11. Знаков В.В. Психология понимания правды. – СПб., 1999.
12. Коблянская Е.В. Психологические аспекты социальной компетентности : дис. ... канд. психол. наук / СПбГУ. - СПб., 1995.
13. Кононенко Б.И. Большой толковый словарь по культурологии. – М. : Вече: Аст, 2003. – 511 с.
14. Маркова А.К. Психология профессионализма. – М. : Знание, 1996.
15. Оленев С.М. Информационная культура на рубеже тысячелетий: преемственность и новации // Информационная культура личности: прошлое, настоящее, будущее. Международная научная конференция. Краснодар – Новороссийск: 11-16 сентября. – 1996.
16. Осипов Г.В. История социологии в Западной Европе и США. – М. : НОРМА-ИНФРА.М., 2001.
17. Раевская Н.Е. Психология и педагогика. – СПб. : Альфа, 2001.
18. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация. – М. : Альфа-М; ИНФРА-М, 2009.
19. Самохвалова И.Г. Социокультурная компетентность личности // Педагогическое образование в России. – 2012. - № 2.
20. Сапунов В.И. Массовая коммуникация в XX веке: концепции западных исследователей. – Воронеж, 2005.
21. Турчинов А.И. Профессионализация и кадровая политика: проблемы развития теории и практики. – М. : Флинта, 1998.
22. Хоркхаймер М. Затмение разума. К критике инструментального разума / пер. с англ. А.А. Юдина; пред. В.Ю. Кузнецова; науч. ред. В.Ю. Кузнецов. – М. : Канон + ; РООИ «Реабилитация», 2011. – 224 с.

Рецензенты:

Кубанев Н.А., д. культурологии, профессор кафедры теории, практики и методики преподавания английского языка Арзамасского филиала ННГУ, г. Арзамас;

Волков Ю.К., д.фил.н., профессор, заведующий кафедрой философии и социально-экономической теории Арзамасского филиала ННГУ, г. Арзамас.