

На правах рукописи



Микушина Татьяна Ильинична

**РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ БУДУЩИХ
СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА СФЕРЫ СЕРВИСА**

Специальность 13.00.08. – Теория и методика профессионального образования

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата педагогических наук

Великий Новгород – 2017

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»

Научный руководитель: доктор педагогических наук, доцент
Игнатьева Елена Юрьевна

Официальные оппоненты: **Гребенникова Вероника Михайловна**,
доктор педагогических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» (г. Краснодар), кафедра педагогики и психологии, заведующий

Бавина Полина Александровна,
кандидат педагогических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (г. Санкт-Петербург), Институт экономики и управления, кафедра социального управления, доцент

Ведущая организация: **ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина»**

Защита состоится «27» декабря 2017 г. в 13.00 часов на заседании Диссертационного совета Д 212.168.02 по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого» по адресу: 173007, Великий Новгород, ул. Чудинцева, д. 6, ауд. 217.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Института непрерывного педагогического образования НовГУ им. Ярослава Мудрого по адресу: 173007, Великий Новгород, ул. Чудинцева, д. 6.

Автореферат разослан «_____» _____ 2017 г.

Ученый секретарь Диссертационного совета,
кандидат психологических наук, доцент



Н.В. Александрова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Социально-экономические отношения в современной России предусматривают развитие рыночной экономики, направленной на максимальное удовлетворение потребителя, повышение качественного уровня предоставляемых услуг. В «Концепции социально-экономического развития России до 2020 года» одним из приоритетных направлений обозначено развитие человеческого капитала и сервисной экономики, что невозможно без структурной и технической модернизации с целью обеспечения доступности для населения качественных услуг. Согласно исследованиям Росстата, в сфере сервиса работает 24,3% трудоспособного населения России, деятельность по оказанию услуг осуществляют 44,3% малых предприятий и 59,2% индивидуальных предпринимателей. Доля сферы услуг в ВВП за постсоветский период выросла в два раза. Возрастание роли сферы сервиса в обществе подразумевает новое понимание качества предоставляемых услуг, новые потребительские предпочтения требуют от специалистов повышения культуры обслуживания, которая проявляется в осуществлении индивидуального подхода к каждому клиенту, персонализации отношений с ним, реагировании на изменение потребительских свойств предоставляемой услуги, ее коммуникативного сопровождения с использованием информационных технологий. По данным исследований (например, компании NEXTER Research) при оценке российским потребителем качественных показателей услуги важнейшим является качество ее предоставления. Для большинства респондентов качество обслуживания важнее качества услуги и ее цены. Согласно данным аналитического центра НАФИ, 55% жителей России готовы переплачивать за продукты или услуги, если предприятие предоставляет качественное обслуживание. Тем не менее, согласно институту общественного мнения «Анкетолог», россияне являются одними из самых недовольных сферой услуг в мире. 63% опрошиваемых отрицательно оценили деятельность работников сферы сервиса. Согласно другому опросу, проведенному этим же институтом, только 18% удовлетворены качеством услуг на предприятиях сферы сервиса, 67% удовлетворены не на всех предприятиях. Представленные результаты социологических опросов констатируют недостаточный уровень качества и культуры обслуживания, низкий уровень профессионализма

персонала в российском сервисе, выявляют необходимость изменения требований к специалисту и выпускнику колледжа.

В ФГОС СПО по специальностям сферы сервиса (гостиничный сервис, парикмахерское искусство и др.) требования к результатам профессиональной подготовки имеют в большей степени технологический характер (отмечается только одна общая компетенция «способность работать в коллективе, команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями»), тогда как качество контактных услуг в значительной степени определяется коммуникативной составляющей профессии, не только коммуникативной компетентностью профессионала, оказывающего услугу, но коммуникативной культурой как феноменом более тонкого свойства, особо значимым в культуре обслуживания потребителя. В профессиональных стандартах специалистов сферы сервиса коммуникативной составляющей профессиональной деятельности уделяется больше внимания. Например, в стандарте специалиста по организации и представлению туристических услуг, есть прямые указания, что профессионал должен знать теорию и практику межличностного общения, этику деловых отношений и правила обслуживания клиентов, владеть культурой межличностного общения, техникой переговоров, в том числе и телефонных. Согласно социологическим опросам работодателей и выпускников Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, коммуникативные навыки являются наиболее востребованными качествами работников сервисного предприятия. Их значимость отметили более 80 % опрошенных в исследовании.

Необходимость повышения качества подготовки специалистов среднего звена для сферы сервиса обращает внимание исследователей к проблеме осуществления профессиональных коммуникаций с потребителем. Провести анализ состояния и выявить тенденции развития российской сферы сервиса позволили работы М.Д. Аветесяна, В.Э. Багдасаряна, В.Г. Велендинского, Л.И. Донсковой, Р.А. Костина, В.И. Радионовой, А.А. Федулина, Р.И. Хикматова. Значимость профессиональных коммуникаций специалиста сферы сервиса была обоснована Э.Э. Линчевским, К. Меллером, В.Г. Федцовым, П. Хедегалем, М.Н. Шавровской, Д. Шоулом и др. Проблемы совершенствования культуры сервисного обслуживания рассматривались в работах К. Меллера, П. Хедегаля, Е.Л. Харченко, В.Г. Федцова, Д. Шоула,

Л.А. Шкатовой и др. Собственно вопросы коммуникативной подготовки специалистов сферы сервиса поднимались в работах Г.И. Бабий, Ж.Н. Боровиковой, Я.В. Ведомской, Н.Н. Бочкаревой, М.Ш. Карпушевой, Л.Е. Мальцевой, Е.П. Поповой, Н.П. Собольской, В.Б. Титовой и др. Важными для исследования стали работы о современном состоянии организации обучения в системе среднего профессионального образования Э.З. Гостюхиной, Д.В. Закотновой, С.В. Корецкой, П.Н. Новикова, А.М. Санько и др.

Анализ научных исследований и практики обучения будущих специалистов сферы сервиса позволил выявить следующие **противоречия**:

- между потребностью клиентов в удовлетворении их индивидуальных запросов на высоком уровне культуры обслуживания и дефицитом проявления клиентоориентированности выпускника в реальной практике обслуживания потребителей;

- между возросшими требованиями рынка труда к специалистам среднего звена в сфере сервиса и нереализуемым потенциалом дисциплин профессионального цикла и профессиональных модулей в развитии профессиональных компетенций и профессиональной культуры;

- между потребностями выпускника в повышении коммуникативной культуры как важного компонента профессиональной культуры будущего работника сферы сервиса и недостаточной разработанностью аспектов содержательно-методического и технологического обеспечения образовательного процесса, связанной с реализацией этой потребности.

Выявленные в процессе анализа противоречия позволили определить **научную задачу исследования**, которая заключается в определении и обосновании специфики развития коммуникативной культуры как важнейшего компонента профессиональной культуры у будущих специалистов среднего звена сферы сервиса в процессе их профессиональной подготовки. Это обусловило выбор темы исследования «Развитие коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса».

Цель исследования – выявить и теоретически обосновать особенности развития коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса в образовательном процессе колледжа.

Объект исследования – образовательный процесс будущих специалистов среднего звена сферы сервиса.

Предмет исследования – развитие коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса в образовательном процессе колледжа.

Гипотеза исследования. Развитие коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса будет обеспечено, если:

- определена специфика подготовки в колледже, в условиях которой развивается коммуникативная культура студентов сервисных специальностей;
- выявлены особенности коммуникативной культуры современного специалиста сферы сервиса;
- в процесс обучения включено решение комплекса коммуникативных ситуационных задач, обеспечивающих поэтапность развития коммуникативной культуры студентов;
- определены критерии и показатели уровня развития коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса.

Задачи исследования:

1. Провести содержательный анализ проблемы подготовки специалистов сферы сервиса, определить специфику подготовки специалистов среднего звена для этой сферы.
2. Уточнить и конкретизировать содержание понятия «коммуникативная культура будущих специалистов среднего звена сферы сервиса», определить ее структурные компоненты, уровни и этапы развития.
3. Разработать и обосновать комплекс коммуникативных ситуационных задач на основе выделения коммуникативных составляющих профессиональных компетенций специалиста среднего звена в сфере сервиса и анализа современного социокультурного контекста восприятия услуги потребителем.
4. Разработать модель развития коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса, ориентированную на повышение их конкурентоспособности на рынке сервисных услуг.
5. Провести опытно-экспериментальную работу по апробации модели развития коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса и оценить ее результативность.

Методологическую основу исследования составили: социокультурный подход, который позволил выявить современное понимание сущности

коммуникативной культуры студентов сервисных специальностей и личностно-ориентированный подход, обеспечивающий возможность исследовать динамику развития коммуникативной культуры студентов.

Теоретическими основаниями исследования выступили:

- философские концепции культуры, необходимые для уточнения сущности коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса (А.И. Арнольдов, М.М. Бахтин, В.С. Библер, Г. Гердер, М.С. Каган, Ю.М. Лотман, М.Н. Певзнер и др.);
- теория общества потребления, позволяющая обосновать требования общества и рынка труда к будущим профессионалам сферы сервиса (Р. Барт, Ж. Бодрийяр, П. Бурдьё, Ф. Тоффлер);
- теории общения и коммуникации, раскрывающие роль коммуникаций в профессиональной деятельности специалиста сферы сервиса (Г.М. Андреева, А.А. Бодалев, Л.М. Буева, Ю.М. Жуков, Б.Ф. Ломов, А.В. Мудрик, Л.А. Петровская, В.А. Сластенин, Е.Н. Шиянов и др.), в том числе образовательной коммуникации (С.Ю. Карпук и др.);
- теории общения и деятельности, позволяющие определить подходы к развитию коммуникативной культуры (В.С. Грехнев, М.С. Каган, А.Н. Леонтьев и др.);
- теории профессионального образования, дающие возможность научного обоснования профессиональной подготовки будущих специалистов среднего звена сферы сервиса (Э.Ф. Зеер, И.А. Зимняя, С.М. Маркова, В.Ю. Полунин, Р.М. Шерайзина и др.);
- концепция личностно-ориентированного образования, детерминирующая результативность развития коммуникативной культуры (Е.В. Бондаревская, А.А. Реан, Е.И. Рогов, В.В. Сериков, В.А. Сластенин, И.С. Якиманская и др.);
- концепция контекстного обучения, позволяющая обосновать содержательно-технологическую основу развития коммуникативной культуры (А.А. Вербицкий, Б.Ф. Ломов, А.Г. Панфилова, Ю.А. Сурмин и др.);
- теоретические основы задачного подхода к формированию содержания образования (Н.Г. Берденникова, О.Б. Даутова, Е.Ю. Игнатьева, Д.Ш. Маткаримова, Н.Г. Новикова, И.И. Осадченко, Ю.В. Слобожанинов, А.П. Тряпицына и др.).

Методы исследования. Для решения задач, направленных на проверку гипотезы, исследование и оценку научно-педагогических фактов, использовались теоретические методы: анализ педагогической, психологической, философской, социологической литературы, синтез, обобщение, систематизация, проектирование и моделирование. Для экспериментального подтверждения гипотезы применялись: педагогический эксперимент, наблюдение, экспертный анализ, анкетирование, интервьюирование, тестирование, анализ продуктов педагогической деятельности, методы математической статистической обработки данных.

Экспериментальная база исследования: ГБОУ СПО «Пермский государственный технологический колледж», КГАПОУ «Пермский техникум профессиональных технологий и дизайна», КГАПОУ «Пермский колледж предпринимательства», Пермский филиал ФГБОУ ВО «Волжская академия водного транспорта (отделение СПО). В эксперименте приняли участие 227 человек: 27 руководителей организаций сервиса города Перми, 11 преподавателей и 189 студентов колледжей.

Исследование проводилось в три этапа (с 2011 по 2017 гг.):

Первый этап (2011 – 2012 гг.) – теоретический: определение проблемы, теоретический анализ степени изученности явления коммуникативной культуры в российских и зарубежных источниках, определение основных параметров исследования, разработка критериального аппарата.

Второй этап (2013 – 2015 гг.) – опытно-экспериментальный: разработка модели развития коммуникативной культуры будущих специалистов, логики ее практической реализации в процессе осуществления подготовки специалистов сферы сервиса в колледжах города Перми, сбор экспериментальных данных.

Третий этап (2016 – 2017 гг.) – аналитико-обобщающий: анализ, статистическая обработка, обобщение и систематизация результатов опытно-экспериментальной работы.

Научная новизна исследования:

– конкретизированы особенности развития коммуникативной культуры студентов сервисных специальностей, требующие учета в процессе профессиональной подготовки для обеспечения высокой культуры обслуживания потребителей (эпизодичность сервисных коммуникаций, единство технологии и коммуникации в контактной услуге; гармония

регламентированности и вариативности, использование информационных технологий, клиентоориентированность и индивидуализация взаимодействия, проявляющиеся в повышенном внимании к запросам потребителя, высоком уровне ответственности за соблюдение культурно-этических норм и прав потребителей услуги);

- предложен и научно обоснован процесс конструирования комплекса коммуникативных ситуационных задач, обеспечивающий поэтапное развитие коммуникативной культуры студентов сервисных специальностей;

- разработан комплексный критерий оценки уровня развития коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса, учитывающий клиентоориентированность, самоорганизацию коммуникативной деятельности и коммуникативную креативность.

Теоретическая значимость исследования:

- уточнена характеристика коммуникативной культуры будущего специалиста сферы сервиса в контексте современных требований к культуре обслуживания потребителей;

- обогащена теория среднего профессионального образования научным обоснованием идеи трансляции профессионального коммуникативного дискурса в образовательные коммуникации;

- выявлена связь между этапами и уровнями (потенциальным, теоретико-интерпретационным, практико-моделирующим, преобразующим) развития коммуникативной культуры студентов сервисных специальностей в колледже;

- расширены теоретические представления о дидактических возможностях контекстного обучения в среднем профессиональном образовании за счет включения коммуникативных ситуационных задач, представлена их классификация в соответствии с типологией профессиональных коммуникаций специалистов сферы сервиса.

Практическая значимость исследования.

Проведенное исследование способствовало повышению уровня коммуникативной культуры студентов экспериментальных групп и уровня профессиональной компетентности педагогов, участвующих в подготовке будущих специалистов сферы сервиса. В ходе исследования создано и апробировано учебно-методическое пособие, содержащее дидактические материалы для обучения эффективным коммуникациям. Для определения

уровня коммуникативной культуры студентов создан комплекс диагностических материалов, который, как показал эксперимент, способен объективно оценивать динамику развития коммуникативной культуры в процессе обучения дисциплинам профессионального цикла и профессиональным модулям. Материалы исследования могут найти применение в процессе повышения квалификации преподавателей колледжей, осуществляющих подготовку специалистов сервисного профиля.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. *Характеристика коммуникативной культуры будущего специалиста среднего звена сферы сервиса.*

Коммуникативная культура специалиста среднего звена сферы сервиса рассматривается как совокупность специфических качеств личности, позволяющих реализовывать сервисные ценности, определяющих качество профессиональных коммуникаций и их эффективность в процессе обслуживания потребителей. Она выступает условием повышения культуры обслуживания и развивается в результате сложного взаимодействия трех составляющих: базовой и профессиональной культуры личности, которые преломляются сквозь призму корпоративной культуры сервисной организации, и включает компоненты: мотивационный (мотивы и потребности в общении, получении эмоциональной поддержки, интерес к личности клиента, стремление к идентификации, эмпатии и рефлексии профессионального общения); когнитивный (знание возрастных и индивидуально-психологических особенностей клиента; психологических приемов и стандартов коммуникативного поведения, особенностей профессионального диалога; норм институционального дискурса) и личностно-деятельностный (коммуникативные, организаторские, рефлексивные и перцептивные умения, реализуемые в процессе оказания услуги).

2. *Комплекс коммуникативных ситуационных задач как средство развития коммуникативной культуры студентов сервисных специальностей в колледже.*

Развитию коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса способствуют коммуникативные ситуационные задачи, сконструированные на основе выделения коммуникативных составляющих профессиональных компетенций специалиста среднего звена сферы сервиса,

анализа современного социокультурного контекста восприятия услуги потребителем, личностного опыта студентов как потребителей сервисных услуг. Использование комплекса коммуникативных ситуационных задач (ситуационные упражнения, мини-ситуации, репродуктивные ситуации и коммуникативные ситуационные задачи), а также задач, классифицированных по типологии профессиональных коммуникаций (например, приветствие и диалог с заказчиком для выявления его потребностей и т.д.) реализует вид образовательной коммуникации, направленной на ценностно-смысловое освоение профессионального коммуникативного контекста, интеграцию коммуникативных и технологических составляющих профессиональной деятельности будущего специалиста сферы сервиса при освоении дисциплин профессионального цикла и профессиональных модулей.

3. Модель развития коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса.

Основными компонентами в модели являются: целевой (включающий цель, ведущие идеи (единство технологии и коммуникации в контактной услуге, гармония регламентированности и вариативности услуги, использование информационных технологий, индивидуализация взаимодействия, клиентоориентированность), методологические подходы (социокультурный, личностно-ориентированный), принципы (контекстность обучения, актуализация субъектной позиции студента, событийность, использование культурологического потенциала коммуникативной среды обучения); содержательный (обогащение предметного содержания учебных дисциплин, профессиональных модулей, программ практики коммуникативным содержанием посредством разноуровневых коммуникативных ситуационных задач); технологический (контекстное обучение, метод коммуникативных ситуационных задач), диагностический (коммуникативные ситуационные задачи как средство диагностики по критериям и показателям) и результативный (уровни развития коммуникативной культуры – потенциальный, теоретико-интерпретационный, практико-моделирующий, преобразующий).

4. Диагностический инструментарий развития коммуникативной культуры студентов, будущих специалистов среднего звена сферы сервиса.

В качестве диагностического инструмента выступают коммуникативные ситуационные задачи, позволяющие перевести наблюдаемые качественные показатели в количественные эквиваленты. Диагностика развития коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса осуществляется на основе комплексного критерия, получаемого путем аддитивной свертки частных критериев (клиентоориентированность, самоорганизация коммуникативной деятельности, коммуникативная креативность) с учетом их весовой значимости.

Достоверность и обоснованность результатов исследования обусловлена непротиворечивостью исходных теоретико-методологических положений диссертации; применением комплекса методов, адекватных аппарату исследования; подтверждением гипотезы исследования.

Апробация и внедрение результатов исследования. Ход исследования, его основные положения и результаты обсуждались на заседаниях кафедры педагогики Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета (2011-2015 гг.); на Урало-Сибирском семинаре по методологии научно-педагогического исследования (г. Тюмень, 2012-2014 гг.); на международных научно-практических конференциях: «Психолого-педагогические основы формирования личности в условиях перехода к двухуровневой модели образования» (Пенза, 2012 г.), «Актуальные вопросы подготовки специалистов в системе среднего профессионального образования» (Чебоксары, 2012 г.), «Ценности и интересы современного общества: вызовы новой эпохи: экономические, информационные, социальные и культурные» (Москва, 2014 г.), «Педагогическое образование: история, современность, перспективы» (Великий Новгород, 2016 г.); представлены на всероссийских научно-практических конференциях «Социокультурная многомерность образовательной деятельности» (Пермь, 2011 г.), «Инновации в профессиональном и профессионально-педагогическом образовании» (Екатеринбург, 2015 г.); на «Краевых педагогических чтениях» (Пермь, 2011, 2014 гг.).

Основные результаты исследования, выводы и рекомендации, имеющие теоретическое и практическое значение, отражены в публикациях автора. Всего по теме диссертации опубликовано 20 работ, среди которых девять в журналах, рекомендованных ВАК.

Структура диссертации: Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснована актуальность темы, сформулирована проблема исследования, показано состояние ее изученности на современном этапе, определены цель, объект, предмет, задачи исследования, раскрыта научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, излагаются положения, выносимые на защиту, описывается апробация результатов исследования.

В первой главе **«Теоретические основания развития коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса»** проводится анализ особенностей профессиональной подготовки специалистов среднего звена для сферы сервиса, уточняется понятие «коммуникативная культура будущих специалистов среднего звена сферы сервиса», обосновывается модель ее развития.

На основе анализа работ исследователей (В.Э. Багдасарян, Л.И. Донскова, Р.А. Костин, В.И. Радионова, А.А. Федулин, Р.И. Хикматов) определено, что сервисная деятельность предполагает особую значимость межличностных профессиональных коммуникаций, взаимосвязь технологической и коммуникативной составляющих целостного процесса обслуживания. Выявлено, что для сервисных коммуникаций характерны эпизодичность, регламентированность и вариативность, при этом сочетание вариативности и регламентированности гармонизирует отношения с потребителем, способствует повышению культуры обслуживания. При рассмотрении результатов педагогических исследований и нормативных документов применительно к системе среднего профессионального образования, анализе особенностей подготовки специалистов сервисного профиля было установлено, что современная социокультурная среда требует усиления

клиентоориентированности в подготовке специалистов, расширения спектра профессиональных коммуникаций, интеграции технологических знаний и умений с коммуникативной деятельностью, использования возможностей информационных технологий в сервисных коммуникациях, развития коммуникативной культуры будущих специалистов сферы сервиса.

В главе представлен анализ результатов исследований по теме коммуникативной культуры, позволивший раскрыть становление и развитие взглядов ученых на сущность данного феномена с точки зрения философии, культурологии, лингвистики, педагогики и психологии (Л.А. Ауходеева, Ю.В. Баженова, М.М. Бахтин, В.С. Библер, В.С. Грехнев, И.И. Зарецкая, М.С. Каган, А.В. Мудрик, В.П. Сморгкова, В.В. Соколова, Е.В. Шевцова). В диссертации уточнено понятие коммуникативной культуры специалиста среднего звена сферы сервиса: основой ее выступает базовая культура личности, развиваемая в контексте профессиональной культуры специалиста сферы сервиса, на взаимодействующий результат их влияет корпоративная культура сервисной организации, которая может создать как новый вектор развития, так и деградации, и культура обслуживания. Был сделан вывод о единстве внешнего (установление отношений с клиентами, взаимодействие с ними в процессе оказания услуги) и внутреннего (ценностей, смыслов, мотивов, ответственности и коммуникативного мастерства) проявлений коммуникативной культуры как внутренней потребности специалиста сферы сервиса. Коммуникативная культура специалиста сферы сервиса имеет сложный компонентный состав и проявляется как совокупность компонентов: мотивационного, когнитивного и личностно-деятельностного.

Потребность в развитии коммуникативной культуры студентов сервисных специальностей обусловила поиск адекватного дидактического средства, которым в нашем исследовании являются коммуникативные ситуационные задачи, организующие образовательные коммуникации, направленные на ценностно-смысловое освоение профессионального коммуникативного контекста. Конструирование коммуникативных ситуационных задач проводилось на основе анализа профессиональных коммуникаций и личностного опыта студентов и преподавателей и предполагало культурологическое толкование их содержания, ценностное акцентирование и творческий подход. Комплекс коммуникативных

ситуационных задач явился содержательной основой интеграции технологической и коммуникативной составляющих профессиональной деятельности. Была предложена классификация коммуникативных ситуационных задач, применяемых на различных этапах развития коммуникативной культуры: ситуационные упражнения, мини-ситуации, репродуктивные ситуации и коммуникативные ситуационные задачи, а также классификация по типологии профессиональных коммуникаций (например, приветствие и диалог с заказчиком для выявления его потребностей и т.д.)

В главе представлена модель развития коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сервисного профиля (Рисунок 1).

Методологической основой модели является социокультурный подход (позволяет разработать модель включения обучающихся в культурные процессы и детерминирует развитие личности в процессе освоения ценностей коммуникативной культуры и социокультурного контекста профессиональной деятельности) и личностно ориентированный подход (способствует развитию коммуникативной культуры как результату межличностного взаимодействия в образовательных коммуникациях). Основные принципы: контекстности обучения, который отражён в мотивации студентов и освоении ими коммуникативных знаний, умений, навыков и ценностей; актуализации субъектной позиции студента через индивидуализацию обучения профессиональным коммуникациям, рефлексию во взаимодействии с педагогами, коллегами и клиентами; событийности, предполагающий освоение ценностно-смыслового контекста профессиональной деятельности через проживание значимых коммуникаций с потребителем, использования культурологического потенциала коммуникативной среды обучения, который проявляется в освоении этических норм и культурных особенностей профессиональной среды. Контекстное обучение выступает технологической основой образовательного процесса; включение коммуникативных ситуационных задач способствует сочетанию его содержательных и технологических параметров за счет усиления контекстности введением дискурсивных практик в образовательную коммуникацию.



Рисунок 1 – Модель развития коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сервисного профиля

Комплексным критерием развития коммуникативной культуры выступает успешность коммуникаций в практике обслуживания. Частными критериями развития являются: клиентоориентированность (продуктивное общение с потребителем, учет его индивидуальных особенностей, толерантность при взаимодействии, знание и выполнение правил профессиональной этики), самоорганизация коммуникативной деятельности (освоение знаний о способах профессионального взаимодействия, способность конструировать профессиональные коммуникации), коммуникативная креативность (интерес к области человеческих взаимодействий, владение и творческое применение потенциала языковой культуры и дискурса профессиональной среды, применение различных тактик коммуникативного поведения). Комплексная оценка вычисляется путем аддитивной свёртки частных критериев и определяет уровни развития коммуникативной культуры студентов (потенциальный, теоретико-интерпретационный, практико-моделирующий и преобразующий). Были созданы и проверены критерии решения коммуникативных ситуационных задач, проведено их соотнесение с критериями развития коммуникативной культуры.

Теоретический анализ, представленный в первой главе диссертации позволил выявить основные характеристики подготовки специалистов среднего звена сферы сервиса в профессиональных образовательных организациях, исследовать феномен коммуникативной культуры применительно к сервисной деятельности, выявить её сущность и специфику, структурные составляющие, теоретически обосновать и разработать модель развития коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса.

Вторая глава **«Опытно-экспериментальная работа по развитию коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса»** раскрывает общий замысел опытно-экспериментальной работы, ее результаты и их интерпретацию. На разных этапах эксперимента участвовали 27 руководителей и менеджеров организаций сервисного профиля города Перми, 11 преподавателей дисциплин профессионального цикла и профессиональных модулей сервисных специальностей, 189 студентов 2-3 курса четырех профессиональных образовательных организаций (104 – контрольная, 85 студентов – экспериментальная группы, доказана идентичность групп).

На этапе констатирующего эксперимента было проведено анкетирование работодателей, интервьюирование преподавателей, диагностика уровня развития коммуникативной культуры студентов при помощи психодиагностических и педагогических методик. В результате исследования был выявлен низкий уровень ее развития у студентов, неудовлетворенность работодателей качеством их коммуникативной подготовки, недостаточная готовность преподавателей к обучению профессиональным коммуникациям.

При проведении формирующего эксперимента в экспериментальной группе был апробирован комплекс коммуникативных ситуационных задач, созданный творческой группой преподавателей и предполагающий включение профессиональных коммуникаций в контекст изучения дисциплин профессионального цикла и профессиональных модулей. Были созданы педагогические условия развития коммуникативной культуры в соответствии с моделью. В соответствии с этапами развития коммуникативной культуры в образовательный процесс вводилось обновленное содержание, включающее теоретические знания по коммуникациям, решение коммуникативных упражнений и ситуационных задач, практическую и рефлексивную деятельность обучающихся по освоению профессиональных коммуникаций. Студенты в процессе решения ситуационных задач самостоятельно составляли анкеты для выявления удовлетворенности заказчика процессом обслуживания, писали и устно воспроизводили возможный хвалебный отзыв или жалобу, проводили бронирование гостиницы, запись на обслуживание в парикмахерской, прием заявок на обслуживание в системе ЖКХ, проводили отмену обслуживания и т.д., выполняли ситуационные упражнения «Мир глазами другого», «Сложные ситуации», «Прощание с заказчиком», решали коммуникативные ситуационные задачи «Причины недовольства», «Привередливый покупатель», «Одноминутная презентация», «Рекламный ролик», «Диалог об удовлетворенности заказчика обслуживанием», и др. Для выявления и исправления ошибок при осуществлении коммуникаций проводилась их аудиозапись или видеосъемка на телефоны и планшеты студентов. При изучении темы «Использование информационных технологий в сфере сервиса» студенты упражнялись в написании деловых писем с предложением услуг для рассылки в Интернете, выполняли задачи по эффективному общению по телефону с аудиозаписью, рассматривали

возможности презентации своих услуг в социальных сетях. Например, студенты специальностей «Парикмахерское искусство» и «Стилистика и искусство визажа» искали себе моделей для проведения лабораторно-практических работ через Интернет, а студенты специальности «Туризм» проводили онлайн-опросы для выполнения научно-исследовательских и курсовых работ по специальности. Обучение эффективным профессиональным коммуникациям продолжалось в рамках учебной и производственной практик. В отчёте по практике появились два дополнительных раздела: «Коммуникативная деятельность персонала на предприятии» и «Самооценка коммуникативной деятельности». Самоанализ собственного общения с клиентами предполагал заполнение «карт обслуживания», в которых кратко описывалась собственная коммуникативная деятельность. О результативности экспериментальной работы свидетельствуют отрывки из работ студентов: «обучение помогло преодолеть страх перед клиентами», «я почувствовала себя уверенно», «стала более терпимой к людям», «было интересно, и это помогло лучше освоить технологию выполнения парикмахерских работ», «стали плодотворно работать в группе».

В процессе проведения формирующего этапа эксперимента наметилась положительная динамика уровня развития коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса (Рисунок 2). Из представленной диаграммы видно, что результатом эксперимента явилось перераспределение студентов по уровням развития коммуникативной культуры. Итоги эксперимента подтверждаются результатами статистической обработки диагностических данных по критерию хи-квадрат Пирсона, которые представлены в таблице 1 (критические значения χ^2 при $\nu=6$ 16.812 при $p=0,01$, 12.592 при $p=0.05$).

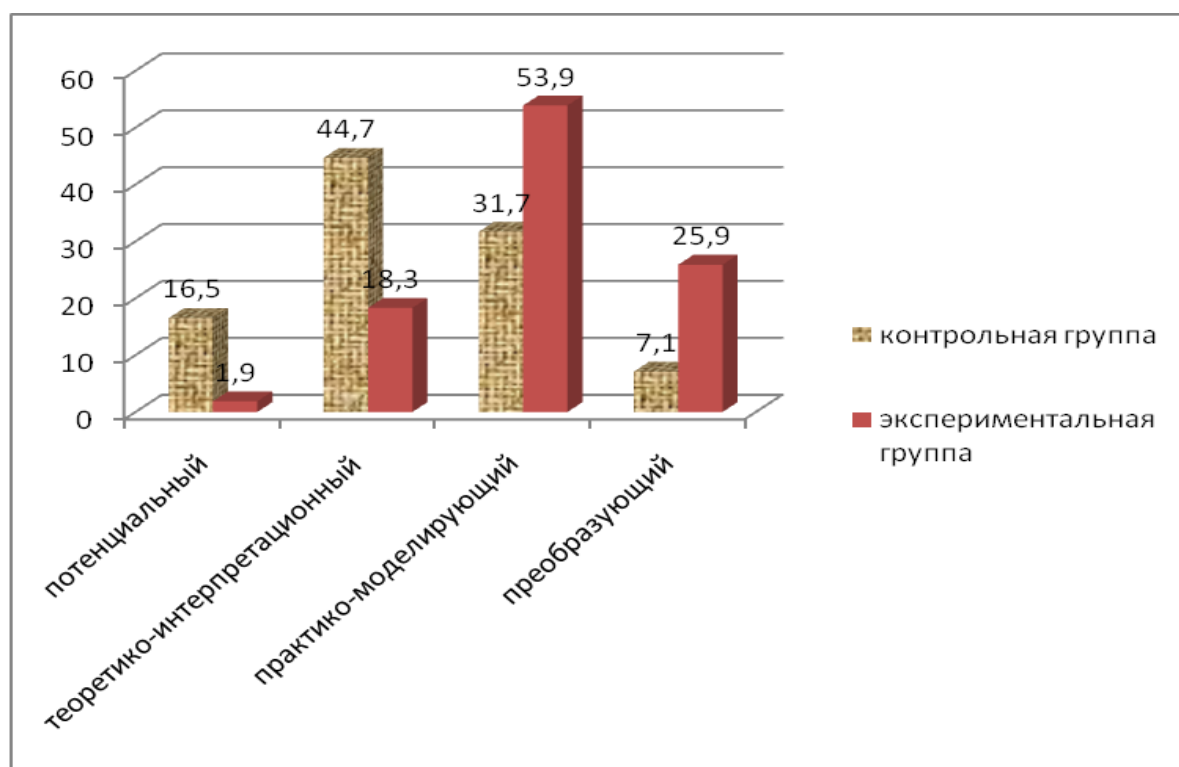


Рисунок 2 – Результаты диагностики уровня развития коммуникативной культуры при окончании эксперимента, в %.

Таблица 1

Результаты диагностики развития коммуникативной культуры по критерию хи-квадрат

Этапы эксперимента	Частные критерии			Комплексный критерий
	Клиентоориентированность	Самоорганизация Коммуникативной деятельности.	Коммуникативная креативность	
Начало эксперимента	2,526	1,121	3,337	2,862
Окончание эксперимента	17,068	20,22	17,21	16,935

Количественный и качественный анализ результатов эксперимента подтвердил продуктивность основных идей исследования, истинность выдвинутой гипотезы, обоснованность выдвинутых на защиту положений.

В заключении диссертации представлены научные результаты исследования и сформулированы следующие выводы:

1. Определены характеристики и уточнено определение коммуникативной культуры специалиста среднего звена сферы сервиса, выявлена ее значимость в реализации сервисных ценностей для повышения культуры обслуживания потребителей. Рассмотрены особенности ее развития в процессе профессиональной подготовки: обеспечение взаимодействия базовой культуры личности, профессиональной культуры и корпоративной культуры сервисной организации через расширение спектра образовательных коммуникаций, интеграцию коммуникативных и технологических составляющих профессиональной деятельности будущего специалиста.

2. Обосновано использование комплекса коммуникативных ситуационных задач как средства развития коммуникативной культуры студентов сервисных специальностей, обусловленное спецификой образовательных коммуникаций в зависимости от этапа развития коммуникативной культуры и направленное на ценностно-смысловое освоение профессионального коммуникативного контекста, интеграцию коммуникативных и технологических составляющих профессиональной деятельности будущего специалиста.

3. Теоретически обоснована и экспериментально проверена модель развития коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сферы сервиса, позволяющая поэтапно повышать уровень развития коммуникативной культуры в соответствии с требованиями к личности специалиста образовательных и профессиональных стандартов, общества и рынка труда через ценностно-смысловое освоение профессионального коммуникативного контекста в образовательных коммуникациях.

4. Введен комплексный критерий диагностики развития коммуникативной культуры будущего специалиста сферы сервиса, анализирующий успешность коммуникаций в ситуациях практической / квазипрактической деятельности.

Были определены перспективы дальнейших исследований: совершенствование коммуникативной культуры специалиста в системе непрерывного образования для специалистов сферы сервиса, методическое обеспечение процесса развития коммуникативной культуры в

профессиональной подготовке будущих специалистов среднего звена сферы сервиса.

Основное содержание диссертационного исследования отражено в следующих публикациях автора:

Статьи в журналах, включенных в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, утвержденных ВАК МОиН РФ

1. Микушина, Т.И. Развитие коммуникативной культуры будущих специалистов сферы сервиса в колледже / Т.И. Микушина // Мир науки, культуры, образования. – 2017. – №5 (66). – С. 26-29 (0,39 п. л.).
2. Микушина, Т.И. Метод коммуникативных ситуационных задач в формировании коммуникативной культуры будущих специалистов среднего звена сервисного профиля / Т.И. Микушина, Е.Ю. Игнатьева // Мир науки, культуры, образования. – 2017. – №3 (64). – С. 56-57 (0,34 п. л.).
3. Микушина, Т.И. Оценка эффективности модели формирования коммуникативной культуры будущих специалистов сферы сервиса / Т.И. Микушина, И.А. Донина, Р.М. Шерайзина // Педагогический журнал. – 2016. – №6. – С. 339-349 (0,44 п. л.).
4. Микушина, Т.И. Модель формирования коммуникативной культуры будущих специалистов сферы сервиса в организациях среднего профессионального образования / Т.И. Микушина, И.А. Донина, Р.М. Шерайзина // Современные наукоемкие технологии. – 2016 - № 12. ч.3. – С. 613-617 (0,45 п. л.).
5. Микушина, Т.И. Методологические подходы к исследованию процесса формирования коммуникативной культуры будущих специалистов сферы сервиса в организациях среднего профессионального образования / Т.И. Микушина // Вестник НовГУ. Сер. Педагогические науки. – 2016. – №5. – С.69-72 (0,41 п. л.).
6. Микушина, Т.И. Коммуникативная культура студентов сервисных специальностей / Т.И. Микушина // Профессиональное образование. Столица. – 2015. – №9. – С. 25-29 (0,53 п. л.).
7. Микушина, Т.И. Компетентностный подход как основа формирования коммуникативной культуры специалиста сферы сервиса /

Т.И. Микушина // Сибирский педагогический журнал.– 2013. – №4. – С. 36-40 (0,39 п.л.).

8. Микушина, Т.И. Использование контекстного обучения студентов специальностей сервисного профиля для формирования коммуникативной культуры / Т.И. Микушина, Л.И. Лурье // Образование. Наука. Инновации: Южное измерение. – 2013. – №3(29). – С. 7-185 (0,76 п.л.).

9. Микушина, Т.И. Формирование профессиональной культуры специалиста в сфере сервиса / Т.И. Микушина // Образование и общество. – 2012. – №4. – С.26-28 (0,33 п. л.).

Научные статьи в журналах и сборниках научных трудов

10. Микушина, Т.И. Практика формирования коммуникативной культуры будущего специалиста сферы сервиса в организации среднего профессионального образования / Т.И. Микушина // «Научные тенденции: Педагогика и психология»: Сб. науч. тр. по матер. междун. научно-практ. конф. 4 ноября 2016 г. Часть 1. Изд. ЦНК МНИФ «Общественная наука». – Санкт-Петербург, 2016. – 48с. – С.33-36 (0,22 п. л.).

11. Микушина, Т.И. Коммуникативная культура будущего специалиста сферы сервиса / Т.И. Микушина // Научный альманах. – 2016. – № 9-1. – С. 298-302 (0,19 п. л.).

12. Микушина, Т.И. Контекстный подход в обучении студентов сервисных специальностей профессиональным коммуникациям / Т.И. Микушина, С.В. Мальгина, Н.Н. Поплаухина // Инновации в профессиональном и профессионально-педагогическом образовании: Материалы Всероссийской научно-практ. Конф. 22 – 23 апреля 2015г., Екатеринбург, 2015. – С.120-123 (0,18 п. л.).

13. Микушина, Т.И., Формирование коммуникативной культуры работника сферы сервиса в организациях СПО / Т.И. Микушина, С.В. Мальгина // Ценности и интересы современного общества. Вызовы новой эпохи: экономические, информационные, социальные и культурные: Материалы международной науч.-практ. конф. МЭСИ – М., 2014. – С.52-55 (0,17 п. л.).

14. Микушина, Т.И. Анализ сформированности коммуникативной культуры студентов сервисных специальностей / Т.И. Микушина // Научный аспект. – 2014. – №2. – С. 47-53 (0,41 п. л.).

15. Микушина, Т.И. Использование контекстного обучения для формирования коммуникативной культуры специалиста сферы сервиса / Т.И. Микушина // Актуальные вопросы подготовки специалистов в системе среднего профессионального: Материалы междун. науч.-практ. конф. 3 декабря 2012г., Чебоксары, 2012. – С.166-169 (0,18 п. л.).

16. Микушина, Т.И. Обучение эффективному ролевому поведению в процессе подготовки специалистов сферы сервиса / Т.И. Микушина // Психолого-педагогические основы формирования личности в условиях перехода к двухуровневой модели образования: Материалы международной науч.-практ. конф. апрель 2012 г., Пенза: Приволжский дом знаний, 2012. – С.93-95 (0,12 п. л.).

17. Микушина, Т.И. Формирование коммуникативной компетентности студентов на уроках специальных дисциплин / Т.И. Микушина // Современная педагогика: методология, теории, практика: Материалы международной науч.-практ. конф. 19 сентября 2011г., Чебоксары, 2011. – С.113-116 (0,2 п. л.).

18. Микушина, Т.И. Контекстный подход в формировании коммуникативной компетентности студентов СПО в процессе изучения специальной дисциплины / Т.И. Микушина // Социокультурная многомерность образовательной деятельности: Материалы всерос. науч.-практ. конф, 14-15 апреля 2011г., Пермь, 2011. – С.67-71 (0,26 п. л.).

19. Микушина, Т.И. Роль интерактивных методов обучения в формировании профессионально-коммуникативной компетенции менеджеров / Т.И. Микушина // Педагогика и психология: пути и методы развития: Материалы международной науч.-практ. конф. март 2010 г., Пенза: Приволжский дом знаний, 2010. – С.120-122 (0,13 п. л.).

20. Микушина, Т.И. Формирование профессионально-коммуникативной компетенции на уроках специальных дисциплин / Микушина Т.И. // Актуальные проблемы реализации современной модели профессионального образования: Материалы Всероссийской науч.-практ. конф., 18-19 ноября 2009 г. Часть 2, Кемерово, 2009. – С.161-163 (0,13 п. л.).