

Бичок А. В.,

Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТОЛЕРАНТНОСТІ ТА МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖЕРА І МАРКЕТОЛОГА В ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОГО СТАНОВЛЕННЯ

У статті розглянуто взаємозв'язок толерантності та мовної підготовки міжнародного менеджера і маркетолога в процесі професійного становлення. Проаналізовано когнітивно-ціннісний, мотиваційно-потребнісний та інтегративний компоненти толерантності майбутнього економіста; виокремлено показники рівня інтегративності толерантності фахівця економічного профілю щодо його ставлення до організації; досліджено значення іноземної мови як засобу соціалізації та визначено його особливості.

Ключові слова: толерантність, мовна підготовка, професійне становлення, інтегративність, компонент, іноземна мова, соціалізація, міжнародний менеджер і маркетолог.

В статье рассмотрена взаимосвязь толерантности и языковой подготовки международного менеджера и маркетолога в процессе профессионального становления. Проанализировано когнитивно-ценностный, мотивационно-потребностный и интегративный компоненты толерантности будущего экономиста; выделены показатели уровня интегративности толерантности специалиста экономического профиля по его отношению к организации; исследовано значение иностранного языка как средство социализации и выделены его особенности.

Ключевые слова: толерантность, языковая подготовка, профессиональное становление, интегративность, компонент, иностранный язык, социализация, международный менеджер и маркетолог.

The article deals with the relationship of tolerance and language training of an international manager and marketer in the process of professional formation. The cognitive and valued, motivational and requiring, and integrative components of tolerance of the future economist are analyzed; the indicators of the level of tolerance integrativeness of the specialist of economic profile concerning his attitude to the organization are distinguished; the importance of foreign language as a means of socialization is investigated and its features are defined.

Key words: tolerance, language training, professional formation, integrativeness, component, foreign language, socialization, international manager and marketer.

Соціально-економічний прогрес у сучасному світі, становлення ринкових відносин та виникнення нових форм власності, стрімко розвиваючі технології, взаємозв'язок та взаємодія фахівців різноманітних країн, інтеграція в Європейський освітній простір і модернізація системи професійної освіти зумовили необхідність удосконалення професійної іншомовної підготовки в процесі міжкультурної інтеграції. Проблема якісної професійної підготовки майбутнього фахівця розглядається на рівні міждержавних політичних та економічних інтересів.

Актуальність проблеми зумовлена тим, що міжнародний менеджер і маркетолог повинен успішно самореалізуватися на світовому ринку праці та послуг, що є неможливим без володіння спеціальними компетенціями, які включають обов'язкову мовну підготовку. Важливим аспектом цієї проблеми є виокремлення феномена толерантності як складової професійної компетентності фахівця економічного профілю.

Вищеназваній проблемі присвячено праці В. Х. Абелян, З. Т. Гасанової, І. Л. Бім, В. Г. Костомарова, А. Петрова та ін. Науковці вивчали виховання національної самосвідомості та міжетнічної толерантності, виховання культури міжнаціонального спілкування, проблему міжкультурної комунікації та підготовку «елітного фахівця».

Метою статті є дослідження взаємозв'язку змісту і специфіки толерантності та мовної підготовки фахівця зовнішньоекономічної діяльності. Мета дослідження зумовила вирішення таких завдань:

1. Проаналізувати когнітивно-ціннісний, мотиваційно-потребнісний та інтегративний компоненти толерантності майбутнього економіста.
2. Виокремити показники рівня інтегративності толерантності фахівця економічного профілю щодо його ставлення до організації.
3. Дослідити значення іноземної мови як засобу соціалізації та визначити його особливості.

Дослідження, проведені нами в культурологічному, соціологічному та психологічному аспектах, актуалізують розгляд толерантності як елемент професійної компетентності фахівця. Теоретичними передумовами вивчення проблеми толерантності у професійно-економічному напрямі є:

- концепція толерантності [2];
- ідея толерантності як умова розв'язання складних проблем сучасної громадської свідомості [6];
- дослідження проблем, становлення професійної свідомості [4];
- дослідження особливостей мотивації у процесі професійного становлення майбутніх фахівців економіки [3].

Аналіз вищеназваних джерел вказує на необхідність підготовки фахівців – майбутніх менеджерів і маркетологів, які здатні до діяльності в умовах стресу та конфліктних ситуаціях на міжнародному рівні. Вони повинні володіти актуальними навичками та уміннями критичного аналізу різних ситуацій і вирішувати конфлікти, приймати толерантні рішення у складних обставинах. Потрібно зазначити, що головними функціями толерантності є: гуманітарна, ідентифікація та соціальної адаптації. Гуманітарна функція толерантності ґрунтується на форму-

ванні ціннісних орієнтацій та інтересів майбутнього фахівця. Вона реалізується у процесі професійного виховання за допомогою самовиховання, взаєморозуміння, здатності до спілкування, співпраці. Ця функція свідчить про професійну компетентність фахівця економічної сфери, уміння сприймати багатовимірність економічного розвитку цивілізації, виважено відноситися до альтернативи вибору, приймати правильні рішення в процесі розвитку локальних і глобальних економічних ситуацій.

Як відомо, значимість толерантності майбутнього фахівця економічної сфери визначається суперечливістю господарської діяльності: конкуренцією, співіснуванням різноманітних форм власності, становленням професійної кар'єри, традиціями економічного розвитку різних країн світу, поділом сфер впливу на міжнародному рівні та ін. Таким чином, головними характеристиками економічного мислення є: «здатність слухати і чути» іншу думку, гнучкість у прийнятті рішень, антиавторитаризм, сприйняття різних оцінок щодо економічних та соціальних перетворень. Отже, гуманітарна функція є в цьому аспекті найважливішою, її реалізація скеровує процеси ідентифікації і соціальної адаптації особистості в професійній діяльності.

Зазначимо, що загальні характеристики толерантності мають специфічні прояви в сфері професійної діяльності та поведінки. Специфіка ґрунтується на:

1) специфіці протиріч професійної діяльності (між професійною етикою і професійною практикою; між професійними та організаційними цінностями; між орієнтацією індивіда на суспільство в цілому та суспільства на індивід);

2) визначенні професіоналів, яким притаманні певні ознаки (наявність певного кодексу поведінки, виконання визначених службових обов'язків, професійна компетентність на високому рівні та ін.).

Отже, розв'язання цих протиріч вимагає особливої професійної толерантності фахівця, що ґрунтується на терпимості до корпоративних цінностей, які не співпадають з його власними пріоритетами та разом з тим сприяють адаптації в професійному середовищі.

Як зазначає Є. А. Стрельцова, толерантність у професійно-економічній діяльності – це відношення з повагою до великої кількості соціокультурних та економічних моделей поведінки і розвитку суб'єктів господарської діяльності на правовому полі й засобів їх реалізації в професійній діяльності [5]. Вона означає стійкість суб'єкта до впливу стресу, збереження його соціальної й психологічної адаптованості, здатність розуміти і сприймати іншу точку зору, участь у розвитку комунікативної професійної культури [5].

Кваліфікований міжнародний менеджер та маркетолог повинен бути не лише толерантним у професійно-економічній діяльності, вміти співпрацювати у команді з іншими людьми, знаходити й приймати ефективні управлінські рішення, а й володіти навичками самостійного оволодіння новими знаннями, використанням сучасних освітніх технологій. Потрібно зазначити, що менеджер і маркетолог повинен знати спеціальну економічну термінологію і лексику та добре володіти щонайменше двома іноземними мовами, використовувати їх у своїй професійній діяльності. Таким чином, фахівець міжнародного бізнесу та менеджменту повинен мати ґрунтовні знання з іноземної мови з метою успішного проведення презентацій, підписання угод, укладання договорів на міжнародному ринку праці та послуг.

Визначивши головну специфіку комунікативності фахівця міжнародного бізнесу як міжкультурну, розглянемо особливості її становлення у процесі професійної підготовки фахівця зовнішньоекономічної діяльності. Проаналізуємо компоненти толерантності економіста. Науковці виокремлюють когнітивно-ціннісний, мотиваційно-потребнісний та інтегративний компоненти [5].

Когнітивно-ціннісний компонент включає суб'єктивізацію економістом знань про місце господарської сфери в соціокультурному просторі, про альтернативні моделі й структури економічних систем, варіативність в оцінці економічної діяльності людини. Варто зазначити, що вищеназваний компонент відображає знання, які фахівець сприймає на рівні цінностей. Оскільки толерантність є взаємозв'язком між цінністю і змістом, то можна виділити ціннісні орієнтації, які визначають діяльність міжнародного економіста і є безпосередньо пов'язані з проблемою становлення комунікативної компетентності фахівця:

1) велика кількість економічних моделей поведінки та розвитку суб'єктів господарської діяльності в певній країні та в світі і об'єктивна можливість їх раціонального співіснування в одному ментальному часовому полі;

2) розмаїття способів реалізації особистісного потенціалу в професійно-економічній діяльності та вміння реалізувати індивідуальну професійну сферу;

3) відносини, що поєднують національні традиції та особливості різних країн;

4) ставлення до системи цінностей, яка домінує в сучасному світі та вміння формувати власну систему цінностей;

5) уміння прогнозувати складні ситуації з врахуванням різних наслідків.

Таким чином, когнітивно-ціннісний компонент толерантності фахівця характеризує його світосприйняття.

Мотиваційно-потребнісний компонент толерантності менеджера і маркетолога ґрунтується на формуванні морального критерію толерантності з метою оптимізації професійної та соціальної адаптації майбутнього фахівця [5].

Професійна адаптація фахівця зумовлена змістом навчального процесу вищої школи, центральне місце в якому займає формування здатності до міжкультурної комунікації. Важливим є те, що міжкультурна комунікація ґрунтується на вихованні поваги до інших культур, стимулює виникнення зацікавленості до них. Це сприяє адекватному взаєморозумінню учасників комунікації, в основі якого є повага до мовця і готовність до спілкування, незважаючи на їх приналежність до різних національних культур [1].

Проведені дослідження вказують на те, що при інтегративному компоненті толерантності майбутнього економіста потрібно зосередити увагу на специфіці корпоративності, яка ґрунтується на таких культурних цінностях організації: турбота про людей та їх потреби, повага до прав особистості, навчання і можливість підвищення

кваліфікації, мотивація працівників, справедливість при оплаті праці; стиль керівництва і управління; процеси прийняття рішень; організація роботи і дисципліна; поширення і обмін інформацією; характер соціалізації; різні способи вирішення конфліктів та ін.

Корпоративна культура фахівця розглядається як поєднання переконань та цінностей, яких дотримуються співробітники і які визначають їх поведінку та характер діяльності організації. Вона [корпоративна культура] є засобом вираження відносно своєї організації та складається з трьох елементів:

- 1) гордості за приналежність до організації, її цілі та цінності розглядаються як свої власні;
- 2) залучення до роботи організації, прагнення зробити якнайбільше;
- 3) лояльності до організації (готовність завжди відстоювати її інтереси);

Потрібно зазначити, що взаємовідносини між працівником і організацією значною мірою залежать від взаємовідносин між персоналом та адміністрацією. Серед них виділимо наступні: позитивне ставлення до працівників; тісний взаємозв'язок між результатами праці та її оплатою; об'єктивна оцінка досягнень співробітників; можливість професійного та кар'єрного росту; позитивний психологічний клімат у колективі та ін.

Виокремивши показники рівня інтегративності толерантності фахівця економічного профілю щодо його ставлення до організації, виділимо:

- 1) усвідомлення самого себе і свого місця в організації;
- 2) комунікаційну систему і мову спілкування;
- 3) взаємовідносини між людьми;
- 4) цінності і норми;
- 5) процес розвитку фахівця і його вдосконалення;
- 6) мотивацію і етику праці.

Важливим аспектом у дослідженнях науковців є розгляд і обґрунтування розвитку особистості за допомогою вивчення іноземної мови; мова розглядається як засіб соціалізації. Зазначимо, що мовна особистість є багатоконпонентним виразником умінь і навичок, готовим до спілкування. Її структура складається з таких рівнів: нульового (семантичний рівень організації мовної особистості), перший (лінгво-когнітивний рівень, за допомогою якого формують картину світу), другий (мотиваційний рівень, що сприяє усвідомленню системи мотивів і цінностей у мовній картині світу).

На нашу думку, зміст поняття «мовна особистість» є взаємопов'язаний з культурними та національними рисами індивідуальності; включає мовну компетенцію і визначений рівень знань; інтелектуальну здатність «створювати» нові знання на основі набутих. Мовна соціалізація включає емоційну соціалізацію, як комунікативний процес, за допомогою якого афективні й міжперсональні повідомлення передаються за допомогою вербальних та невербальних каналів від однієї людини до іншої. Таким чином, у процесі вивчення іноземної мови майбутній міжнародний менеджер і маркетолог повинен вивчати не лише мову, а й традиції, звичаї, мовні особливості, культуру, релігію інших народів.

Отже, взаємозв'язок толерантності та мовної підготовки в процесі професійного становлення фахівця зовнішньо-економічної діяльності є пріоритетним у підготовці «елітного» менеджера та маркетолога. Проаналізовано когнітивно-ціннісний, мотиваційно-потребнісний та інтегративний компоненти толерантності майбутнього економіста; виокремлено показники рівня інтегративності толерантності фахівця економічного профілю щодо його ставлення до організації; досліджено значення іноземної мови як засобу соціалізації та визначено його особливості.

Література:

1. Гальскова Н. Д. Современная методика обучения иностранным языкам / Н. Д. Гальскова. – М. : Аркти – ГЛЮСС, 2000. – 70 с.
2. Зимбули А. Е. Почему терпимость и какая терпимость? // Вести С.-Петербургского Ун-та. – 1996. – № 3/20. – С. 196-210.
3. Кульневич С. В., Бондаревская Е. В. Парадигмальный подход к разработке содержания ключевых педагогических компетенций // Педагогика. – 2004. – № 10. – С. 23-31.
4. Липман М. Рефлексивная модель практики образования / М. Липман. – М. : Знание, 1999. – 89 с.
5. Стрельцова Е. А. Диалоговая интерпретация знания как средство воспитания толерантности у студентов (на примере общепрофессиональных экономических дисциплин / Е. А. Стрельцова. – Волгоград : Из-во ВГПИПК РО, 2003. – 108 с.
6. Томахин Г. Д. Реалии-американизмы: Пособие по страноведению / Г. Д. Томахин. – М. : Высшая школа, 1982. – 256 с.