

• фазы истощения 9 - эмоциональный дефицит, 10 эмоциональная отстраненность, 11 - личностная отстраненность (деперсонализация), 12 - психосоматические и психовегетативные нарушения)

Полученные в ходе исследования результаты согласуются с данными исследований СПВ у представителей других профессий социоэкономического типа по ряду качественных и количественных показателей ($p > 0,05$), в частности:

- в среднем у 60-80% исследуемых регистрируются симптомы СПВ;
- суммарный показатель СПВ составляет около 90-100 баллов;
- наблюдается достоверное преобладание количественных показателей фазы резистенции (по данным средних значений и распределительного анализа);
- фаза истощения регистрируется у 7-8% обследованных;
- наибольшие показатели имеют симптомы неадекватного избирательного реагирования, редукции профессиональных обязанностей и переживания психотравмирующих ситуаций;
- лица без сложившейся фазы СПВ составляют примерно треть выборки исследуемых (30-35%).
- число лиц без симптомов СПВ незначительно - 0-11%.

Полученные результаты позволяют сделать вывод, что значительная распространенность СПВ (особенно симптомов «редукции профессиональных обязанностей» и «неадекватного избирательного реагирования») у представителей разных профессий социоэкономического типа отражает общую негативную тенденцию деформации профессиональных компетенций. В связи с этим, на наш взгляд, для профессий рассматриваемого типа необходимо создание системы психологического сопровождения, методической основой которой станет определение личностных критериев профессиональной пригодности с учетом особенностей профессионального поля.

Литература:

- 1.Ларенцова Л.И., Максимовский Ю.М., Соколова У.Д. Синдром «эмоционального выгорания» (burnout) у врачей-стоматологов // Новая стоматология. – 2002. - № 2. – С. 97-99.
- 2.Орел В.Е. Феномен «выгорания» в зарубежной психологии: эмпирические исследования и перспективы // Психологический журнал. – 2001. – Т.22. - № 1. – С.90-101
- 3.Сидоров П.И. Синдром эмоционального выгорания (конспект врача) // Медицинская газета. – 2005. - №43. – С.3-4.
- 4.Скугаревская М.М. Синдром эмоционального выгорания // Медицинские новости. – 2002. - № 7. – С.3-9.
- 5.Freudenberger, H.J. Staff burn-out. // Journal of Social Issues - 1974.- P.159-166.

Омбоева Н.А.,

к.п.н., доц. каф. Теории и практики межкультурной коммуникации НОУ ВПО ВИБ

Некоторые аспекты обучения деловому общению в условиях интеграции иностранного языка с экономическими дисциплинами

Статья посвящена поиску новых подходов к обучению иностранному языку как средству международного делового общения будущих предпринимателей и бизнесменов в свете понимания бизнес-образования как современного направления в системе высшего экономического образования, ориентированного на предпринимательскую деятельность на международном уровне в условиях глобализации мирового рынка.

The clause is devoted to searching of new approaches to learning foreign languages as to means of the international business dialogue of the future businessmen in a view of understanding business-formation as a modern direction in the system of the maximum economic formation focused on enterprise activity at the international level in the conditions of globalization of the world market.

В учебных программах современных экономических вузов иностранный язык рассматривается как неотъемлемая составляющая высшего экономического образования, включающего и такие новые направления, как менеджмент и бизнес. Согласно Государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования для экономических специальностей по дисциплине "Иностранный язык" экономист должен обладать коммуникационной готовностью, определяемой умением опосредованного и непосредственного общения на одном из наиболее распространенных иностранных языков (ГОС,2000). Таким образом, целесообразной и методически оправданной является профессионально и коммуникативно-направленная подготовка по иностранному языку, предполагающая формирование у студентов способности иноязычного общения в конкретных профессиональных, деловых, научных сферах и ситуациях. Современные широкие межкультурные межнациональные связи обусловили жизненную необходимость владения выпускниками неязыковых вузов умениями *делового общения*. Это положение привело к тому, что данному объекту обучения уделяется определенное внимание в вузах экономического профиля. Неотъемлемой частью трудовой деятельности как компонента определенного аспекта образа жизни той или иной нации, представляющего собой сложное и многообразное явление, является деловое общение, действительно, осуществляемое в области межнационального сотрудничества (Громова,2002). Это общение опосредует совместную производственную деятельность людей в той или иной профессиональной сфере. Трудовая деятельность и сопровождающее ее деловое общение партнеров представляет собой развертывающийся во времени и пространстве процесс. Развитие этого процесса и, соответственно, общение между партнерами-представителями разных наций, осуществляющими деловые контакты, происходит на протяжении ряда фаз. В соответствии с основными положениями теории деятельности, такими фазами, через которые происходит развитие делового контакта, являются следующие: 1. Подготовка делового контакта; 2. Программирование делового контакта; 3. Реализация делового контакта; 4. Принятие решений, подведение итогов делового контакта (Губина, 2004:120). Эффективность делового общения зависит от успешности получения результатов на каждой из указанных фаз.

Деловое общение означает процесс коммуникативного взаимодействия партнеров в области межкультурного менеджмента и бизнеса в соответствии с принятыми правилами *международной деловой этики*. Деловое общение с зарубежными партнерами не может быть продуктивным без определенных качеств личности, таких, как толерантность, уважение к местным традициям и правилам поведения, владение культурой делового имиджа, умения корректного общения на иностранном языке, профессиональная компетентность, ответственность, верность слову, надежность в деле, способность к неординарному мышлению в решении профессионально значимых задач (Губина, 2004:145).

Р.Хеллер и Т.Хиндл (Heller, Hindle, 1998:18) так характеризуют сущность эффективной деловой коммуникации: "Effective business communication (and therefore effective business) hinges on people understanding your meaning, and replying in terms that move the exchange forward - preferably in the direction you would like it to go. Communicating is always a two - way process. In management, you communicate to get things done, pass on and obtain information, reach decisions, achieve joint understanding, and develop. Процесс общения - это процесс взаимодействия его участников, включающий не только обмен информацией, relationships". (Эффективная бизнес-коммуникация и, следовательно, эффективный бизнес строится на отношениях между людьми, которые понимают и принимают точку зрения друг друга, что ведет к развитию контакта в желаемом направлении; общение - это всегда двусторонний процесс. В менеджменте Вы общаетесь, чтобы получить результат, продвигаться дальше, получать информацию, принимать решения, достигать взаимопонимания и развивать деловые отношения). Ученые подчеркивают: «Good communication is the lifeblood of organizations. It takes many forms, such as speaking, writing, and listening, though its purpose is always to convey a message to recipients». (Удачное общение - это жизненная сила организации. Общение имеет разные формы: говорение, письмо и аудирование, но его целью всегда является передача информации деловому партнеру).

Понимание бизнес-образования как современного направления в системе высшего экономического образования, ориентированного на предпринимательскую деятельность на международном уровне в условиях глобализации мирового рынка, требует поиска новых подходов к обучению иностранному языку как средству международного делового общения будущих предпринимателей и бизнесменов. Организация обучения иностранному языку как процессу

межкультурной коммуникации создает реальные предпосылки для формирования у студентов межкультурной грамотности, под которой понимается способность к межкультурному бизнес-поведению в аутентичных ситуациях делового партнерства на международном уровне в условиях процесса глобализации экономики.

Знание английского языка и владение умениями делового и профессионального общения рассматривается как качественная характеристика специалиста, реализующаяся в полной мере в способностях к деловому межкультурному взаимодействию и работе в команде не только на национальном, но и на международном уровнях. Помимо коммуникативных умений, студенты овладевают умениями конструктивного мышления и умениями критического анализа проблем и ситуаций делового взаимодействия.

Иностранный язык, интегрируясь в другие дисциплинарные области, является важным инструментом межкультурного обогащения личности и выступает как *средство*: профессионально-ориентированного общения в ситуациях делового партнерства; проникновения в научные области экономических знаний, необходимых для плодотворного сотрудничества на международных экономических, финансовых и торговых рынках; познания правил и традиций международных производственных, финансово-кредитных, деловых и личностных отношений в области мировой экономики; воспитания толерантности, гражданственности, патриотизма, т.е. черт характера, необходимых для взаимопонимания и доверия зарубежных партнеров; развития практических умений критического анализа, осмысления и оценки фактов и событий, решений, благоприятных для России; исследования новейших достижений науки и техники, включая информационные технологии, используемые в коммуникативной практике экономической сферы деятельности; раскрытия ценностных качеств личности, таких, как творчество, способность к коллективному взаимодействию, готовность к постоянному повышению квалификации, мобильность, коммуникабельность, порядочность, верность слову и делу (Губина, 2000).

Профессиональное экономическое образование выступает той образовательной средой, в которой формируется *межкультурно-компетентная личность*. Под *межкультурно-компетентной личностью* понимается личность, владеющая деловым английским языком на уровне межкультурной функциональной грамотности, включающем: а) широкий диапазон знаний о национальном менталитете, социально-культурном укладе, образе и стиле жизни народов стран изучаемого языка, культурно-исторических ценностях и достижениях, деловом этикете и особенностях бизнес-поведения; б) коммуникативных умений, позволяющих участвовать в межкультурной коммуникации, успешно осуществлять познавательно-поисковую и творческую самообразовательную деятельность, направленную на языковое и межкультурное саморазвитие. Межкультурно-компетентная личность, формирование которой осуществляется средствами иностранного языка в системе экономического/бизнес-образования, *обладает определенным уровнем лингвострановедческих, социолингвистических, социокультурных и межкультурных знаний и умений, обеспечивающих реальное деловое общение в профессионально-ориентированной сфере деятельности. Развитие и актуализация практических знаний и умений происходит в разных видах деятельности: коммуникативной, исследовательской/познавательно-поисковой, самостоятельной творческой деятельности, направленной на самосовершенствование и саморазвитие.*

Активная речевая деятельность развивается в условиях организации ролевых и деловых игр, межкультурных тренингов, проблемных конференций по глобальным и конкретным вопросам экономики, экологии, международного сотрудничества на рынках образования и труда. Познавательно-поисковая деятельность направлена на развития инициативы и творчества будущих экономистов, формирования у них критического мышления и аналитического анализа в ситуациях совместного решения проблемных задач (работа в команде над проектом, информационными материалами, участие в теледебатах и международных студенческих семинарах в глобальной сети Internet). Самообразовательная деятельность ориентирована на актуализацию межкультурных знаний и умений путем использования разных способов и средств обучения, например, аудиовизуальных и телекоммуникационных средств, подготовки рефератов, курсовых и исследовательских работ; изучения и анализа печатных средств массовой информации, справочной литературы; перевода статей из бизнес-газет и журналов.

Межкультурная коммуникативная компетенция - это умения понимать взгляды и мнения представителей другой культуры, признавать право на существование различных ценностей, норм

поведения. Рассмотрим развитие ее при реализации метода деловой игры, так как именно деловая (ролевая) игра дает общающимся возможность максимально использовать свои личностные резервы в условиях творческого коммуникативного воздействия.

Смоделируем, например, ситуацию международной научной экономической конференции, участником которой Вы являетесь, т.е. настоящую научную встречу как одну из форм научной коммуникации. Докладчики (speakers) предварительно представляют председателю конференции тему своего выступления (title) и краткие тезисы (short abstracts) для составления программы ведения конференции.

Перед началом конференции участникам предлагается заполнить регистрационные карточки, например:

Registration form

Yes I would like to register for The Economical Problems Today

25-27 May, 2006.

Please complete and return to

Global Forum, 22 Bush Avenue, Star City, Dreamland.

Name (Mr/Ms) Position _____

Firm/company _____

The name of my report _____

Address _____

City _____ Post Code _____

Country _____

Telephone _____ Fax _____

Please register me for the conference. I have enclosed my cheque for 200 made payable to Global Forum.

Please add me to your mailing list

The conference language is English.

Topic

Summary

Key words

Докладчики предварительно представляют председателю конференции тему своего выступления и краткие тезисы для составления программы ведения конференции. Председатель открывает конференцию, сообщая задачи конференции и количество участников, подчеркивая важность предстоящего события, руководит дискуссией на заседании, представляя каждого выступающего. Он называет страну, из которой тот прибыл, организацию, в которой тот работает и сообщает тему доклада. Обычно председатель дает краткий личный комментарий, в частности, указывает на вклад докладчика в исследование обсуждаемой проблемы, например. «Dr. Ivanov is wellknown among the economists for his numerous books on this subject».

Свое выступление докладчик, как правило, начинает с обращения к председателю заседания и присутствующим коллегам, и он может подчеркнуть, что выступать на данной конференции - большая честь для него: «Ladies and gentlemen. I am greatly honoured to be invited to address this conference».

Такое обращение относится к контактоустанавливающим формулам, которые представляют собой единицы речевого этикета, т.е. единицы национально-специфичных правил речевого поведения, принятых в обществе для установления контакта с собеседником, поддержания общения в желательной тональности.

Чтобы создать благоприятную эмоциональную атмосферу, в начале выступления можно применить приемы эмоционального воздействия, например, шутку или можно сказать: «It is my privilege today to be talking to professional experts in this field» и т.д.

После обращения к председателю заседания и коллегам докладчик объявляет тему своего сообщения. Затем докладчик переходит к вводной части своего доклада посредством одного из

следующих образцов: «As many of you know .../ First of all I would like to .../ In the introduction of my paper I should like to .../ Let me begin with ...» Сначала дается более или менее обобщенное представление об обсуждаемом вопросе, а затем внимание заостряется на отдельных деталях. Ниже приводятся некоторые типичные речевые обороты, обеспечивающие логические связи и переходы внутри текста доклада, а также позволяющие управлять вниманием аудитории: «According to this theory...»/ «I want to emphasize that...» /«Allow me to call your attention to...»/ «As an example I can suggest...»/ «As I have already mentioned...» Содержание основной части доклада полностью определяется его конкретной тематикой. Сначала дается обобщенное представление об обсуждаемом вопросе, а затем внимание заостряется на отдельных деталях.

В заключение доклада выступающий подводит итог сказанному, например, такой фразой: «Now let me review what I have said about». Своё выступление докладчик заканчивает фразой «Thank you for your attention».

По окончании доклада (докладов) председатель благодарит ораторов, говорит несколько слов по поводу их выступлений и открывает дискуссию. Дискуссия должна быть ограничена во времени, выступления должны быть краткими, вопросы конкретными, стиль общения - уважительным. Завершая дискуссию, председатель еще раз благодарит докладчиков за интересные сообщения, предлагает прекратить дискуссию, подводит итоги и закрывает конференцию: «I would like to thank once again all of you and with this I declare the Conference closed. Thank you».

Одной из целей деловой игры является развитие у студентов способности и соответствии с их реальными потребностями, интересами и целями осуществить устное речевое общение в разнообразных игровых ситуациях, то есть обучаемый должен учиться реагировать на реплики, связано высказывать мнения по проблеме и поддерживать беседу в рамках делового контекста.

Смоделируем еще одну ситуацию «Marketing». В начале работы студенты выполняют языковые упражнения, направленные на тренировку и активизацию новой лексики, которая будет использоваться в диалогах в рамках данного эпизода. Например: Fill in the gaps in this passage with words from the list: market, research, study, product, project. Затем студенты работают в микрогруппах, обсуждают информацию в диалогах на основе предложенных вербальных опор, с целью развития речевых способностей и умений, а также мыслительных операций, т.е. способности к догадке, умения логически излагать мысли, обобщать, анализировать информацию. Например: Make a list of seven products that are produced or provided in Volgograd or region: a local brand of drink..., a grocery product, an industrial product, a place of entertainment, etc...

Work in groups.

Discuss these questions about some of the products you've listed:

- What competition does cash product face?
- What is the image of the company?
- How strongly or weakly is the product marketed?

На этом же этапе студенты тренируют речевые умения с помощью речевых упражнений, в данном случае это задание составить монологическое высказывание, которое формирует умение «сцеплять» отдельные фразы и сверхфразовые единства определенными языковыми средствами.

Think of a good slogan for your product. If you had to choose one photo to illustrate the product, what would it show? Represent a short text for an advertisement in an English language newspaper or magazine.

От работы в микрогруппах студенты переходят к работе в макрогруппах. На творческом этапе они обсуждают поставленную проблему, учатся говорить самостоятельно без опор, выбирать стратегию высказывания, строить эффективное взаимодействие. Например:

Work in groups. Decide together:

1. Who are your customers?
2. What are the main "features and benefits of your product?"

На заключительном этапе работы организуется полилогическое общение, которое развивает такие качества речи, как инициативность, реактивность и вариативное, а также активизирует личностную активность и самостоятельность студентов. Таким образом, при моделировании описанных ситуаций создаются условия применения обучающими своих знаний, навыков и умений и иноязычного общения в процессе максимально приближенном к реальной коммуникации.

Литература:

1. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по иностранным языкам. - М.: Министерство образования РФ, 2000 (Интернет-публикация);
2. Громова Н.М. Интернет-публикация Всероссийской Академии Внешней Торговли. - М.: 01.04.2002;
3. Губина Г.М. Формирование межкультурной компетенции студентов в процессе обучения деловому английскому в элективном спецкурсе. Дисс...к.п.н. - Москва, 2004;
4. Heller R., Hindle T. Essential Manager's Manual. USA: DK Publishing INC, 1998.-861p.

Курина Л. И.,

ст. преп. каф. Экономики НОУ ВПО ВИБ

Перспективы развития рынка образовательных услуг высшей школы Волгоградской области с учетом изменения демографической ситуации

В статье рассматриваются динамика развития рынка образовательных услуг и изменение демографической ситуации на примере Волгоградской области. С учетом выявленных закономерностей представлены перспективы развития рынка образовательных услуг Волгоградской области с учетом сложившейся тенденции демографических процессов в регионе.

Современное состояние рынка образовательных услуг высшей школы характеризуется бурным развитием: увеличивается количество вузов, растет количество студентов и выпускников, доля лиц с высшим образованием. В Волгоградской области, как и в целом по стране сохраняется устойчивая тенденция к росту рынка образовательных услуг. На территории Волгограда и области действует 10 государственных, 2 муниципальных, 5 негосударственных вузов, 17 филиалов государственных и 24 филиала негосударственных вузов. В образовательных учреждениях высшего профессионального образования в настоящее время обучается более 100 тысяч человек.

Но сохранится ли столь благополучная динамика в перспективе? Чтобы дать ответ на данный вопрос рассмотрим влияние демографического фактора на рынок образовательных услуг.

Развитие регионального рынка образовательных услуг зависит от наличия потребительского спроса на образовательные услуги. Одним из важнейших факторов развития рынка образовательных услуг региона является стабильность демографической ситуации.

С 1996 года демографическое развитие Волгоградской области вступило в период острого кризиса, охватившего все основные демографические процессы: смертность, рождаемость и миграцию.

Естественный прирост населения сменился на естественную убыль, которая стала главным фактором демографического неблагополучия в области.

В результате естественной убыли населения, сохраняющейся в течение последних лет, в Волгоградской области было потеряно более 40 тыс. человек. Коэффициент естественного прироста, составляющий 0,3 промилле в 1996 году, сменился естественной убылью, которая в 2006 году составила 5,5 промилле и по оценке в 2007 году увеличится до 5,6 промилле.

За 2006 год численность населения Волгоградской области сократилась на 15,7 тыс. человек, по оценке за 2007 год на 12 тыс. человек. Снижение численности населения происходит в основном за счет превышения смертности над рождаемостью, т.е. естественной убыли населения. Число умерших в 2006 году превысило число родившихся в 1,5 раза.

В результате снижается доля численности населения моложе трудоспособного возраста в общей численности населения (в 1989 году 23,3%, в 2002 году - 17,5 %, в 2007 году по оценке - 15,7%), которые и являются потенциальными клиентами рынка образовательных услуг. Демографическая ситуация и обуславливает общие количественные параметры спроса, которые и рассмотрим в таблице 1.