

МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «КУЛЬТУРОЛОГІЯ»

В. В. Краснікова

Освітній процес студентів спеціальності «Культурологія» передбачає підготовку фахівців, спроможних креативно й творчо організовувати свою діяльність у сфері культури, застосовувати ефективні комунікативні стратегії, вибудовуючи комунікацію з різними суб'єктами взаємодії.

Комплексу стійких комунікативних навичок вимагає від культуролога робота на посадах спеціалістів у соціокультурній сфері на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (адміністрування, організація, управління), а саме: організатора культурно-дозвілєвої діяльності; інструктора культурно-просвітницького закладу; інструктора з організаційно-масової роботи; менеджера (управителя) зі зв'язків з громадськістю; наукового співробітника, здатного досліджувати культурологічні проблеми; фахівця у сфері музеєзнавства, рекреології, туризмології, екскурсознавства) та ін.

До переліку загальних програмних компетентностей бакалавра й магістра культурології входить здатність спілкуватися державною та іноземною мовами у професійній діяльності, уміння сприймати, обробляти та застосовувати інформацію, мотивувати людей до спільної діяльності, застосовуючи навички аргументування, активізування колективної взаємодії. Також акцентується увага на такій фаховій компетентності як уміння вибудовувати ефективну професійно орієнтовану комунікацію у рамках вітчизняного соціокультурного простору й на міжнародному рівні.

Випускники з дипломом культуролога повинні також продемонструвати вміння й навички ділового спілкування, знання його принципів, видів і засобів, дотримання правил етики ділових відносин; здатність вибудовувати міжособистісні відносини в професійній сфері з урахуванням мети спілкування й індивідуально-психологічних якостей; демонструвати високу культуру поведінки; вміння вибирати правильну стратегію поведінки в конфліктній ситуації й ефективно розв'язувати конфлікти.

Формування комунікативної компетентності майбутніх культурологів здійснюється на міждисциплінарному рівні, що дозволяє поєднати мовну й мовленнєву компетентності з професійним баченням культурологічних проблем. Механізмами формування комунікативної компетентності культурологів є студентоцентроване, інтерактивне, проблемно-орієнтоване, проектне навчання; студентські наукові конференції, семінари, круглі столи. Актуальною й перспективною діяльністю, в рамках якої удосконалюється комунікативна компетентність майбутніх культурологів, є музеєзнавча й екскурсознавча складова освітнього процесу.

Важливо враховувати, що музей є своєрідним «місцем зустрічі» різних культур, унікальним середовищем, яке уможливорює розгортання міжкультурного діалогу (в часовому й просторовому відношенні). Розуміння ж феномена міжкультурного діалогу й формування навичок професійно зорієнтованої комунікації у контексті музейного простору також є невід'ємною складовою фахової підготовки культуролога.

Розробляючи музейну екскурсію, студенти працюють з музейними предметами, які є носіями цінної культурної інформації, що має відношення до різних галузей знань. З огляду на це, особливе значення для формування комунікативної компетентності майбутніх культурологів мають «інтегративні процеси в галузі наукового й художнього пізнання, які в музейно-педагогічному процесі набувають характеру діалогу як особливої форми міжособистісного й міжкультурного спілкування» [1, с. 49].

Спілкування в музейному просторі являє собою специфічну форму діяльності, спрямовану на творчий розвиток особистості, що також необхідно для професійного

становлення майбутнього культуролога. Діалог «відбувається в рамках трикомпонентної структури музейно-педагогічного процесу, який поєднує в собі пам'ятку, глядача й музейного спеціаліста (педагога)» [Там само, с. 49], який організовує діалог, виступаючи «посередником» між глядачем і пам'яткою. Основною вимогою до такого комунікативного процесу є застосування методик, які спираються на досвід візуального й художнього сприйняття. Специфіка відповідного комунікативного акту для студента-культуролога полягає в тому, що він повинен на певному етапі бути готовим змінити свій статус, здійснивши «перехід» від глядача до музейного спеціаліста, перебрати на себе функції «посередника» між пам'яткою та новими учасниками комунікативного процесу.

Опрацьовуючи змістову складову екскурсії, визначаючи оптимальні методичні прийоми її проведення, студенти логічно поєднують когнітивний і комунікативний аспекти діяльності. Власний досвід зорового й художнього сприйняття живописного твору майбутні культурологи використовують для вироблення ефективних комунікативних стратегій, необхідних для спілкування з потенційними слухачами.

Ефективність комунікації в художньому музеї залежить від того, наскільки «одержувач» інформації (глядач, слухач) володіє мовою «відправника» (митця). Музейний предмет (твір мистецтва) постає як засіб передачі візуальної інформації. Цей процес можна описати за допомогою такої схеми: відправник (художник) – зміст повідомлення (зміст твору) – код / шифр повідомлення (формально-художні прийоми, якими послуговується автор, особливості цих прийомів – одержувач (глядач) – контекст (середовище, в якому відбувається процес трансляції візуального повідомлення: музейна експозиція, виставковий салон тощо) – функція (відправлення художником повідомлення, зміст якого розкривається як у самостійному, так і в музейно-педагогічному процесі спілкування глядача з твором мистецтва) [Там само, с. 61].

Підготовка до проведення екскурсії передбачає тривалу різнопланову роботу з удосконалення навичок демонстрації й розповіді, «шліфування» вербальних і невербальних засобів спілкування, апробацію традиційних і експериментальних моделей музейної комунікації.

Отже, музезнавча й екскурсознавча складова освітнього процесу є одним із дієвих механізмів формування комунікативної компетентності майбутніх культурологів.

Література

1. Столяров Б. А. Музей в пространстве художественной культуры и образования / Б. А. Столяров. – СПб., 2007. – 340 с.

УДК 304.4(477)

ВІЗУАЛЬНИЙ ПРОСТІР МІСТА: ІСТОРИЧНІ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

А. Х. Маргулов

Місто як вінець урбанізаційних процесів стає простором переважного проживання людини. В цьому середовищі проходить більшість життєвого часу сучасного суспільства. З огляду на таке просторово-часове навантаження воно відіграє визначну роль у житті людини.

Питання наповнення контенту візуального простору міста має глибоке історичне коріння. Досліджуючи це питання, ми можемо сягнути періоду ранніх форм існування суспільних відносин. Але нам цікава парадигма зміни візуально-просторового навантаження у розрізі від історії до сучасності, а саме в умовах переходу від радянської до сталої системи демократичних відносин.