**«Деятельностное содержание культуры конкурентных взаимодействий личности и его формирование в условиях образования»**

В широком смысле культура представляет собой содержание и результаты преобразовательной деятельности человека и общества, воплощенные в различных формах: как идеи и ценности, ориентирующие и нормативно ограничивающие поведение и деятельность общества и личности; как способы поведения и деятельности, отраженные в системе знаний, норм, правил, моделей поведения и деятельности; как материальное и духовное воплощение труда человека. Компонентами нематериальной культуры общества выступают ценности и ценностные ориентации, знания, установки и стереотипы поведения. Реализуя креативную, регулятивную, информационную, ценностно-ориентационную, познавательную, семиотическую функции, культура организует и регулирует жизнь и деятельность общества [2, 4 и др.].

Личностная культура представляет собой систему характеристик, соответствующих элементам общественной культуры, обеспечивающих человеку гармонию с социумом, и не исключающих возможность индивидуального самосовершенствования. По словам Я.Щепаньского, индивидуальная культура личности отражает совокупность ее культурных образцов поведения, методов деятельности, идей и мыслей [20].

Как отмечает З.Г.Антошкина, речь о культуре личности может идти в случае, когда поднимается вопрос о способах использования в различных ситуациях реальной жизнедеятельности материальных и духовных ценностей, которые выработало человечество (общество) в процессе своего исторического развития [1]. То есть, личностная культура отражает присвоение, интериоризацию человеком того или иного содержания общественной культуры [8, 17 и др.].

Самостоятельный взгляд на личностную культуру трактует данную категорию как некую качественную характеристику личности, свидетельствующую об овладении человеком сводом определенных правил жизни, деятельности, общения и пр. (с позиции «хорошо-плохо»): культура поведения, культура труда, культура общения, культура дискуссии и пр. Культурный человек, таким образом, представляется как человек, действующий в соответствии со сформированными нормами деятельности (поведения, общения) в конкретных условиях (общения, труда, проведения досуга и пр.) [1, 4, 16 и др.]. В контексте настоящей работы такими условиями выступают условия конкурентных взаимодействий.

Этимологически конкуренция означает соперничество, соревнование, борьбу за те или иные ресурсы, интересы, преимущества. В социально-экономическом смысле конкуренция трактуется как взаимодействие между субъектами, при котором они состязаются за общие, причем ограниченные, условия существования, функционирования (ресурсы, потребителей и пр.). Субъектами конкуренции являются непосредственные участники конкурентного взаимодействия, происходящего в реальном или виртуальном режиме, прямом или косвенном [5, 7, 14 и др.].

Конкурентными называют взаимодействия субъектов экономических отношений в условиях конкурентного рынка; единство воздействий и совместных действий субъектов конкуренции. То есть, единство двух типов активности участников, «доля» (представленность) каждого из которых варьируется в зависимости от вида конкуренции (видовая, предметная), типа субъектов (индивидуальные, коллективные), объектов и предметов, целей соперничества и т.п. Ведущими характеристиками конкурентного взаимодействия специалистов (в условиях добросовестной конкуренции) являются: наличие субъектов – конкурентов; наличие объектов и предметов конкуренции (основания для соперничества); возможность повышать информированность относительно ситуации на рынке, конкретной конкурентной ситуации, их изменении; возможность альтернативного экономического поведения в зависимости от степени владения рыночной информацией; возможность приобретать и свободно демонстрировать конкурентные преимущества (ценовые и неценовые) [3, 5, 9, 10 и др.].

Участие человека в конкуренции может осуществляться посредством конкурентного поведения, под которым понимается поведение субъекта конкуренции в ситуации соперничества, ориентированное на выигрыш, превосходство. В зависимости от сложившейся рыночной ситуации, человек выбирает разные типы конкурентного поведения, основными из которых являются: креативный (способствует созданию новых рыночных отношений), приспособленческий (адаптирует инновации соперников к собственным нуждам, упреждает действия конкурентов) и обеспечивающий (сохраняет достигнутые конкурентные позиции). Вышеназванные типы конкурентного поведения далеко не всегда можно оценивать с позиции «лучше-хуже»; целесообразность выбора одного из них обусловливается реальными и прогнозируемыми условиями конкуренции [5, 15 и др.].

Заметим, что современные ученые и практики указывают на то, что взаимоотношения между субъектами конкуренции могут характеризоваться диалектическим единством соперничества и сотрудничества. В частности, А.Шеленков обосновывает, что сотрудничество не противоречит идее конкуренции – ни с биологической, ни с социально-экономической точек зрения. Автор аргументирует это тем, что в природе присутствует большое разнообразие способов адаптации к жизни, среди которых не последнее место занимают взаимопомощь и кооперация, как механизмы эволюции. Ссылаясь на мнение А.Новака, он утверждает, что сотрудничество не противостоит соперничеству, а действует с ним одновременно, и что единство сотрудничества и соперничества в человеческом обществе имеет наибольшее эволюционное значение [19].

Основываясь на результатах анализа понятий культуры общества и личности, их содержания, компонентов и функций, с одной стороны, и конкуренции, конкурентного поведения, конкурентного взаимодействия, с другой стороны, мы определили индивидуальную культуру конкурентных взаимодействий как личностное качество, интегрирующее ценностные ориентации, установки, знания, способы поведения, общения и деятельности, ориентированные на достижение экономических целей рациональными и этически приемлемыми средствами, и обеспечивающие человеку эффективное сотрудничество и соперничество в условиях конкуренции. Деятельностное содержание культуры конкурентных взаимодействий составляют ряд коммуникативных и практических качеств и способностей, посредством которых интериоризированные личностью культурные ценности, установки, нормы поведения реализуются в различных конкурентных ситуациях [18, 19 и др.]. К ним, по нашему мнению, можно отнести:

– способность к неконфликтному общению, к сотрудничеству в условиях соперничества,

– владение вербальными и невербальными средствами и методами коммуникации (в том числе, деловой речью, деловой этикой) и способность их использовать адекватно конкурентным ситуациям,

– ораторские способности (грамотно излагать информацию, аргументировано обосновывать точку зрения, убеждать оппонентов).

– способность выбирать рациональный тип конкурентного поведения, адекватный ситуации и условиям взаимодействий,

– способность отбирать и реализовывать совокупность средств и методов конкуренции, достигать поставленных целей,

– способность эффективно презентовать себя (знания, умения, результаты труда и пр.) объектам конкуренции (работодателям, потребителям-заказчикам),

– владение методами и способами поиска, сбора, анализа и интерпретации рыночной информации.

Проектирование образовательного процесса, направленного на формирование, воспитание, развитие тех или иных качеств обучающихся, связано, прежде всего, с выявлением системы соответствующих психологических механизмов и педагогических условий. Под психологическими механизмами мы понимаем внутренние условия личности, выступающие движущими силами, детерминантами ее развития, под педагогическими условиями – совокупность принципов организации образовательного процесса и дидактических средств и методов их реализации [18].

Совершенствование различных качеств личности детерминируется разными механизмами. Таким образом, в контексте данной работы, под психологическими механизмами правомерно понимать те качества и характеристики, свойства личности, которые, активизировавшись под воздействием педагогических условий, (внешних по отношению к обучающимся, специфических для каждого психологического механизма), детерминируют развитие и экстериоризацию способностей личности к эффективному поведению в условиях конкуренции.

Совокупность психологических механизмов и педагогических условий формирования у обучающихся деятельностного компонента культуры конкурентных взаимодействий выделена нами на основе анализа научной литературы по вопросам формирования разных видов и типов индивидуальной культуры личности [8, 17, 18, 19 и др.], а также по проблемам обеспечения эффективности участия специалистов в конкурентных взаимодействиях [2, 10, 11, 15 и др.]. Ниже охарактеризованы механизмы, соответствующие им принципы организации образовательного процесса, а также дидактические средства и методы реализации этих принципов.

1. Коммуникативный опыт – важнейшая базовая основа освоения культуры общества и совершенствования культуры личности, соответствующих сущности конкурентных взаимодействий как специфического вида социальных отношений. Формирование культуры личности всегда базируется на освоении соответствующего социокультурного опыта. Культура конкурентных взаимодействий является коммуникативной по сути, в связи с чем ее формирование опирается на освоенный опыт социальной коммуникации.

Поскольку коммуникативный опыт формируется и актуализируется в коммуникативной деятельности, данный механизм обусловливает следующие принципы организации образовательного процесса:

– принцип коммуникативной ориентации образования. Конкурентное взаимодействие, как было сказано ранее, имеет выраженный коммуникативный характер; в коммуникативном режиме, (с использованием различных видов и форм коммуникации), осуществляется и поиск информации, и обмен информацией, и предъявление собственных конкурентных преимуществ и пр. Следовательно, в контексте подготовки обучающихся к реальному участию в конкуренции, важно в образовательном процессе всемерно отражать коммуникативную сторону социального и профессионального взаимодействия.

Реализация принципа коммуникативной ориентации образование предполагает использование специальных коммуникативных тренингов, позволяющих освоить алгоритмы эффективного общения, сформировать или скорректировать коммуникативные качества и способности личности. Кроме того, важным методическим условием является организация ролевого взаимодействия, использование в процессе обучения ролевых и деловых игр; применение спонтанного общения – то есть, создание возможности выхода за рамки темы игры, перехода от одной темы к другой и, в целом, перехода учебной ситуации в естественную;

– принцип коллективной деятельности (взаимодействия). По мнению Л.А.Новоселовой, С.Г.Аспариной организация коллективного взаимодействия в учебно-воспитательном процессе является одним из ключевых условий формирования культуры личности с точки зрения реализации культурологического подхода [13]. С другой стороны, способности эффективно решать возникающие задачи, проблемы, в том числе, связанные с конкуренцией, могут быть сформированы и развиты исключительно в конкуренто - ориентированной деятельности, поскольку любые способности формируются и выражаются в конкретных видах деятельности (Л. С. Выготский, В. Н. Мясищев, С. Л. Рубинштейн, Б. М. Теплов, А. Н. Леонтьев и др.). Поэтому реализация принципа коллективных взаимодействий предполагает организацию в образовательном процессе совместной деятельности обучающихся по овладению системой знаний в области культуры конкуренции, освоение алгоритмов решения возникающих в ситуациях конкуренции задач и проблем, создание и участие в конкурентных отношениях.

2) Идентификация себя как субъекта конкурентных взаимодействий (конкуренции), обеспечивающая усвоение ролей, норм и правил поведения в обществе (в частности, в конкретной конкурентной среде) [12], и позволяющая субъекту ощущать собственную принадлежность к определенной группе – носителю конкретных культурных ценностей [6]. Механизмами идентификации выступают отождествление или уподобление субъекта другим субъектам, а средствами – социокультурные образцы, а именно – ценности, нормы, идеалы, образы отдельных субъектов взаимодействия и т.д. Идентификация себя как участника конкурентных взаимодействий, в контексте настоящей работы, базируется на социально одобряемых ценностях и нормах конкуренции, воплощенных в поведении конкретных, личностно значимых для человека субъектов конкуренции.

Принципами актуализации данного механизма выступают:

– принцип целостного освоения когнитивного, ценностного, деятельностного содержания культуры конкуренции, поскольку осознать и идентифицировать себя как участника какой-либо группы, сообщества, деятельности можно только в том случае, если освоены все компоненты культуры данной группы, структуры данной деятельности. Указанный принцип реализуется через интегративную организацию образовательного процесса, предполагающую отражение в информационном и деятельностном содержании совокупности ценностей, норм, целей, средств и пр. конкурентных взаимодействий, соответствующих нравственным образцам культуры общества;

 – принцип аутентичности взаимодействия, предполагающий освоение коммуникативных и деятельностных элементов конкурентных взаимодействий в реальных условиях и в ситуациях, максимально приближенных к реальным. Соответственно, образовательный процесс должен, в этом случае, удовлетворять требованиям контекстности и практикоориентированности, а также быть насыщен активными методами обучения, прежде всего – деловыми и ролевыми играми;

– принцип наличия эталонов как базы для оценки собственного соответствия нормам и ценностям культуры конкуренции. Реализации данного принципа служит использование в образовательном процессе метода положительного примера.

3) Конкурентная активность личности. Принцип активности является парадигмальным для подавляющего большинства психологических и педагогических концепций развития личности. Согласно идеям С.Л.Рубинштейна, возникновение у человека потребности и способности к самосовершенствованию обусловлено его субъектной позицией, восприятием и предъявлением себя как свободной, самостоятельной и активной в смысло– и целеобразовании личности. С другой стороны, деятельность (активность) – это единственная реальная возможность как приобретать, так и реализовывать, отрабатывать знания и умения, проверять действенность норм и ценностей, получать реальные образцы для сравнения и рефлексии. Поэтому собственная активность человека выступает ведущим фактором эффективности процесса становления личности [18].

В контексте формирования индивидуальной культуры личности М.А.Ариарский отмечает, что «формирование и развитие личности – это неповтори­мый избирательный путь познания и опыта, особенность которого предопределяется индивидуальными природными данными, спецификой микросреды и рядом других факторов и обстоятельств. Развитие личности не ограничивается усвоением и интериоризацией внешних отношений. Оно включает в себя дальнейшую переработку усвоенного, его систематизацию, приводящую к целостным изменениям личности, возникновению новых побуждений к деятельности, новых ее структур, новой их экстериоризации» [2, с.115].

Анализ научных исследований М.А.Ариарского, А.Мазина, С.А.Хазовой и др. позволил выделить следующие принципы актуализации данного механизма:

- принцип установки на мобильность во взаимодействиях, предполагающий стимулирование не только активного участия обучающихся в конкурентных отношениях, но и повышение разнообразия этих взаимодействий (с точки зрения выбора субъектов и объектов конкуренции, целей и средств и пр.). Реализации данного принципа будет содействовать создание в образовательном процессе ситуаций конкурентного взаимодействия посредством организации проектной деятельности, деловых и ролевых игр, расширения сферы реального конкурентного взаимодействия обучающихся (в общественной работе, в практической деятельности и пр.);

- принцип установки на самореализацию во взаимодействиях как важнейшего условия сознательного, положительно мотивированного участия обучающихся в конкуренции.

Мы предполагаем, что организация образовательного процесса в соответствии с охарактеризованы принципами, средствами и методами, обеспечивающими актуализацию выделенных психологических механизмов, будет способствовать формированию способностей и качеств личности, необходимых для эффективного поведения и деятельности в условиях конкуренции. Проверка действенности представленных условий составляет содержание наших дальнейших исследований.