

Социално приложими знания и умения в обучението по Европеистика

Рада Кършакова

Social applicable knowledge and abilities in the European Studies Education: The paper presents the educational model of the Communication Studies as a very important ingredient in the European Studies Education. The basal communication subjects and the successive and parallel relations between the different branches of knowledge are explained.

Key words: a module built by a complex of communication subjects; communication competence; communication abilities.

ВЪВЕДЕНИЕ

Под „поле на социалната приложимост“ на знания и умения в обучението по Европеистика тук се има предвид една доста широка област на полезни комуникационни практики, които са свързани с организирани групови дейности и процеси. Подготовката за тези практики е фокусирана върху познавателни комплекси и групи активности, които се свеждат до:

Познания за:

- човешкото комуникативно взаимодействие, неговата роля за формирането на човешката личност и за ефективността на индивида при постигането на индивидуални и групови професионални цели;
- комуникацията като структуриран процес: комуникационни канали и мрежи в институционализирани социуми и при неформални, но организирани групи;
- публичната комуникация, масмедийна система, двустепенното и многоцикличното модифициране на информацията в процеса на социална дистрибуция; технологиите на масмедийното производство и спецификата на масмедийните въздействия; новите социални медии в интернет;
- социалните комуникационни технологии като пбблик рилейшънс, пропаганда и реклама (и маркетингови комуникации);
- етичната рамка на публичните комуникации;
- междукултурните комуникационни взаимодействия и проблеми.

Умения за:

- използване на изследователски методики в областта на комуникациите;
- прилагане на адекватни комуникационни подходи в организационната дейност, работата в екип и в мултикултурна среда;
- използване на класически и съвременни техники за връзки с масмедииите;
- използване на родния и чужди езици като комуникационни инструменти.

Цел на настоящия доклад е да се представи образователният модел на структуриране и организиране на научното и приложното съдържание в учебния план на специалност „Еuropeистика“, което позволява ефективно усвояване на комуникационни познания, ориентирани към социално приложение.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Като обект на образователната цел, социално регламентирани комуникационни практики са представени посредством комплекс от дисциплини, които образуват комуникационен модул. В него са реализирани верижна последователност на познавателните блокове, както и паралелни връзки с дисциплини, които се изучават на чужд език, а също с дисциплини от други модули. Този тип междупредметни връзки водят до обогатяване на познанията, защото ги ситуират и интерпретират в нови, специфични контексти – социокултурен, икономически, и контекстите на други типове организирана социална среда. Така се

стимулира развитието на аналитичност, креативност и се формира ценен приложен опит.

Комуникационният модул следователно е изграден от две групи дисциплини: такива, които се изучават във верижна последователност; и такива, които се изучават в паралел с основната дисциплина верига на модула.

Последователността от дисциплини, които развиват и профилират познавателните цикли на комуникационната проблематика, са *Основи на комуникацията*, *Организационна комуникация*, *Рекламна комуникация*, *Връзки с обществеността*; и *Междукултурна комуникация*;

Паралелното овладяване на чуждоезиковия компонент и комуникативните умения за професионална ефективност в европейски културен контекст, са *Професионална комуникация на английски или немски език*; *Професионална комуникация в Европейския съюз на английски или немски език*; и *Обучение по Френски език*.

Междупредметните връзки със социално приложима проекция целят:

- Придобиване на практически опит за регистриране на социалната динамика чрез изучаването на *Изследователски методи* и *Информационни технологии*;
- Разширяване на социалните познания в пазарно-икономически и управленски план, което е заложено в дисциплините *Микро- и Макроикономика*, *Световна икономика*, *Маркетинг*, *Основи на управлението* и *Мениджмънт на проекти*.
- Овладяване на социокултурния контекст на професионалните активности чрез дисциплините *Европейска цивилизация*, *Социокултурна среда (англоезична)* или *Социокултурна среда (немскоезична)*.

За да се илюстрира дълбинното познавателно структуриране на модула по комуникации, всяка от дисциплините, изграждаща последователната му верига се представя по-долу по модела **цел – тематичен обхват - социална насоченост – междупредметна синергия**.

„**Основи на комуникацията**“: тя формира познавателния базис на цялата верига посредством:

- ⇒ Целта – понятие и разбиране на комуникацията като социален процес на междуличностно, групово и публично ниво;
- ⇒ Тематичните акценти - комуникацията като структуриран процес на социално взаимодействие; информационен обмен и убеждаващо въздействие; масмедийна система и публичен комуникационен процес; комуникацията като символно взаимодействие (знак, значение и знаков дискурс; знакови системи и невербален код; конотация и сигнификация); социолингвистично измерение на комуникацията (форми на социалност, комуникация и социализация, езикова ситуация и езиков репертоар, социална ситуация и езиково поведение); изследване на комуникацията чрез методи на регистрация;
- ⇒ Социалната приложимост - използване на методики като контент анализ, асоциативен есперимент, семантичен диференциал, анкетно проучване, интервю, фокус група и др. за регистриране на мнения и социални тенденции по актуални теми или проблеми.
- ⇒ Междупредметната синергия - Използване на допълващи специфични знания и умения, придобити по *Информационни технологии* – Word и Excel; и *Изследователски методи* – статистическо представяне и обработка на данни със SPSS .

„Организационна комуникация“: изгражда познание и приложен опит за действие в професионалната среда чрез:

- ⇒ Целта – опознаване на организацията като структуриран и институционализиран социум;
- ⇒ Тематичните акценти – видове организационни структури; информационен обмен между различните йерархичните организационни нива; вътрешни и външни комуникации; формални и неформални комуникационни потоци и комуникационни мрежи; групови взаимодействия и лидерство, комуникативни поведения и роли; междугрупови взаимодействия и корпоративна култура; проблеми в управлението на човешките ресурси; писмени и устни форми на организационна комуникация;
- ⇒ Социалната приложимост – познаване на организацията като институционален субект; добра ориентация в групата и и адекватно оценяване на междугруповите взаимодействия; работа в екип, използване на всички общоадминистративни и стопанско-правни документи; понятие за и ориентация в преговорния процес;
- ⇒ Междупредметната синергия – стъпва върху придобити вече знания за комуникацията; осъществява тематични паралели с дисциплините от цикъла „Професионална комуникация“ на английски и немски езици, връзка с обучението по мениджмънт.

„Межкултурна комуникация“: развива познания за културата и нейните измерения; и приложен опит за ефективно взаимодействие в мултикултурна професионална среда посредством:

- ⇒ Целта – придобиване на познание и постигане на разбиране за културните различия във възприятията, нагласите, и ценностите, които обуславят съществуването на различни културни ориентации и пораждат бариери при общуването в интеркултурна среда;
- ⇒ Тематичните акценти – функции, характеристики и елементи на културата; понятията „свой – чужд“ и „другост“; усвояване на собствената и на чуждата култура; културна граматика и межкултурна комуникация; интеркултурна адаптация и културна сенсибилизация;
- ⇒ Социалната приложимост – развиване на усет за културните „сигнали“, отчитане и адаптиране към чуждокултурните специфики; ефективно поведение в чужда културна среда и дейност в мултикултурни екипи;
- ⇒ Междупредметната синергия – спектър от връзки с дисциплините от социокултурния модул, с обучението по Професионална комуникация на английски и немски езици, както и с дисциплините „Основи на управлението“ и „Маркетинг“.

„Рекламна комуникация“: изгражда знания за рекламния процес, рекламната практика и етично-правните аспекти на рекламната дейност чрез:

- ⇒ Целта – да се разбере същността на рекламирането, неговото място в маркетинговия комуникационен процес и в промоционния микс;
- ⇒ Тематичните акценти – реклама и видове рекламни комуникации; комуникационен процес на рекламирането; рекламно послание; рекламни канали; планиране на рекламна кампания;
- ⇒ Социалната приложимост – оценяване на рекламната активност на организацията като елемент на пазарната политика и поведение; приложен опит за рекламна дейност;

- ⇒ Междупредметната синергия – с дисциплини като „Маркетинг“ и „Връзки с обществеността“, както и с дисциплинарния цикъл по Професионална комуникации на английски и немски езици.

„Връзки с обществеността“: формира познание за технологията на публичността; и за управляване на репутацията чрез развиване на трайни взаимоотношения на доверие с ключовите агенти на обкръжаващата среда и с организационната общност. Неин базис са:

- ⇒ Целта – да се осмисли социалната технология на ПР, която „отваря“ организацията както навътре в себе си, така и към обкръжаващата среда; да се оцени ролята на ПР в управляването на репутацията; нейното приложение в обществената практика;
- ⇒ Тематичните акценти – специфика на ПР в сравнение с политическата пропаганда, рекламата и маркетинговите комуникации, и журналистиката; комуникационен процес и типове комуникации; сегментиране на публиките и роля на вътрешните групи; технология на публичността, взаимодействие със журналистите и техники за връзки с масмедията; роля на ПР при формирането на идентичността, културата и публичния образ; корпоративен ПР; кризисен ПР; маркетингов ПР; ПР кампания; етична рамка – „Бял“ срещу „Черен“ ПР.
- ⇒ Социалната приложимост – приложен опит в стратегическия и тактическия спектър на ПР комуникацията; практически правила за ефективен ПР процес;
- ⇒ Междупредметната синергия – с обучението по маркетинг и управление; с дисциплините от комуникационния модул; с обучението по Професионална комуникация в ЕС на английски, което доразвива и профилира в контекста на ЕС въпросите за обществените дела (пъблик афеарс), групите по интереси и лобирането.

ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЕ

От днешния, а със сигурност - и от утрешния специалист по европеистика, се очаква да комуникира успешно, за да върши работата си. Затова безспорно е необходимо той да знае как се общува, да бъде адекватен комуникатор във всяка конкретна професионална ситуация, да знае как и да може да използва най-подходящите комуникационни подходи и инструменти. Само тогава той ще може да постига професионалните си цели в интеркултурни и мултикултурни условия.

В този смисъл комуникативните знания и умения, придобивани в обучението по Европеистика, не се нуждаят от специална аргументация относно тяхната социалната приложимост.

ЛИТЕРАТУРА

Учебна документация на специалност „Европеистика“.

За контакти:

Доц. д-р Рада Кършакова, Катедра “Европеистика”, Русенски университет “Ангел Кънчев”, тел.: 082 888 355, e-mail: rkarshakova@ru.acad.bg