

УДК 377.44

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ И МЕЖЪЯЗЫКОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Алямкина Екатерина Анатольевна,

*канд. психол. наук, заведующая кафедрой психологии, педагогики и социально-гуманитарных дисциплин,
Московский университет имени С. Ю. Витте,
E-mail: ekaterina-psy@mail.ru,*

Галя Христозова,

*д-р пед. наук, профессор, Бургасский свободный университет,
E-mail: hristozova@bfu.bg*

В статье исследуются основные организационные модели корпоративного обучения иностранному языку как средства формирования готовности персонала к вступлению в межкультурную и межъязыковую коммуникацию в современном открытом профессионально-коммуникативном пространстве. Рассматриваются основные трактовки корпоративного обучения в целом и специфические особенности обучения языку в данной системе. Анализируются основные преимущества и недостатки различных моделей корпоративного обучения как организационно-управленческого процесса.

Ключевые слова: межкультурная компетенция, межкультурная коммуникация, корпоративное обучение, образовательный аутсорсинг, внутрифирменное обучение, выездное обучение, управление знаниями, методическая мастерская, контроль качества обучения

С развитием таких междисциплинарных направлений как «экономика образования» и «управление знаниями» всё больше внимания уделяется вопросам корпоративного обучения. В исследованиях обозначенных областей вопросы образования всё больше рассматриваются с экономических позиций, а коммерциализация образовательных систем вызвала появление такого термина как «образовательная услуга», производство которой, как и в целом ее функционирование, рассматривается и оценивается критериями экономической эффективности, которая не всегда эквивалентна эффективности педагогической.

Корпоративное обучение является одним из немногих объектов исследований в сфере управления знаниями и кадрового менеджмента, изучение которого даже в современных рыночных условиях требует не меньшего педагогического осмысления, чем экономического. Несмотря на всю важность организационно-управленческого компонента, обучение сотрудников в чистом виде (то есть непосредственное взаимодействие преподавателя с сотрудниками) является именно педагогическим, а не экономическим процессом.

Одним из наиболее распространённых видов корпоративного обучения в наши дни является обучение иностранному языку, что вызвано объективной потребностью подготовки персонала компании к межкультурной и межъязыковой коммуникации в открытом профессионально-коммуникативном пространстве в условиях стирающихся границ не только в межкультурном, но и в профессиональном взаимодействии. Единое информационно-телекоммуникационное электронно-сетевое пространство как онтологическая среда и развитие электронных технологий во всё большем числе стран и регионов мира обеспечивает постоянное увеличение числа межъязыковых контактов.

Корпоративное обучение иностранному языку для формирования готовности к межкультурной и межъязыковой коммуникации – педагогический и организационный процесс, который является разновидностью корпоративного обучения в целом. В современной науке теоретическую основу корпоративного обучения составляют идеи обучающейся организации (learning organization), пришедшие к нам из-за рубежа, при этом единого определения данного понятия не существует. Так, например, П. Сенге понимает под «обучающейся организацией» место, в котором люди постоянно расширяют свои возможности создания результатов, к которым они на самом деле стремятся, в котором возвращаются новые широкомасштабные способы мышления, в котором люди постоянно учатся тому, как учиться вместе; М. Педлер – компанию, которая фасилитирует обучение всех собственных членов и пребывает

в процессе трансформации; М. Портер – организацию, в которой обучение – непрерывный процесс и в него вовлечены все; М.К. Румизен – ту, что создает, приобретает, передает и сохраняет знания и способна успешно изменять формы своего поведения, отражающие новые знания или проекты; Д. Гарвин полагает, что обучающейся является организация, которая обладает навыками создания, приобретения и передачи знаний, а также модификации своего поведения, отражающей новые знания и идеи.

Сегодня с распространением идей корпоративности и ростом интереса к управленческому знанию идея обучающейся организации проявляется и у отечественных исследователей. Так Э.М. Коротков полагает, что обучающаяся организация представляет собой сведённые воедино передовые управленческие инструменты; И.Н. Санникова считает, что это организация, способная учиться быстрее, чем ее конкуренты.

Проанализировав эти и другие определения, О.Л. Чуланова и Я.А. Тимченко приходят к выводу, что обучающейся организации свойственны такие черты, как: 1) единое видение и ценности сотрудников; 2) использование знаний как источника развития организации; 3) стремление к приобретению, передаче и использованию новых знаний; 4) непрерывность процесса обучения; 5) вовлеченность в обучение всех сотрудников [9].

Г.Н. Степанова и Е.Ю. Мастерова отмечают, что наряду с понятием «обучающаяся организация» в источниках часто употребляются термины «самообучающаяся организация», «научающаяся организация». При этом в информационном веке эти термины фактически отождествляются с понятием интеллектуальной организации, основная черта которой – преобладание умственного труда над техническим и физическим в процессе деятельности, т.к. именно интеллект является инструментом, который позволяет моделировать будущее, предвосхищать его, что в условиях перемен становится особенно важным [6].

Корпоративное обучение сегодня считается одним из основных инструментов создания организации и (или) команды, обладающей подобными чертами и свойствами. По мнению А.А. Симаковой, П.И. Ананченковой и Н.В. Фокиной, корпоративное обучение заполняет «институциональный вакуум» как эффективное и субъектно-ориентированное функциональное дополнительное профессиональное образование в противовес основному профессиональному образованию, готовившему в большей степени специалистов-теоретиков [5].

Для корпоративного обучения иностранному языку справедливы все сущностно-содержательные характеристики корпоративного обучения в целом. Иноязычное знание процессуально, поскольку процессуальная речь как деятельность, в которой оно используется. Учитывая, что речевые иноязычные навыки быстро уходят в пассив; корпоративное обучение иностранному языку для формирования готовности к межкультурной и межъязыковой коммуникации должно организовываться систематически, так как поддержание должного уровня иноязычных компетенций – важная задача исследуемого процесса наряду с их формированием; помимо этого в языке очень сложно достичь совершенства, даже если под совершенством понимать не нечто идеальное с художественно-стилистической точки зрения, а просто владение языком на уровне обычного носителя. Так корпоративное обучение иностранному языку для формирования готовности к межкультурной и межъязыковой коммуникации в крупных компаниях часто бывает непрерывным.

Помимо непрерывности лингво-педагогического процесса идёт в унисон с общими идеями обучающейся организации и универсальность иностранного языка как навыка, как минимум, не лишнего для всех сотрудников. Так в данном процессе можно задействовать весь персонал компании. Передача знаний как критерий обучающейся организации тоже находит отражение в данном контексте: если сотрудник говорит на иностранном языке с носителями этого языка, он сам выступает условием для развития тех людей, с которыми он взаимодействует; не говоря уже про очевидный факт, что без языка передачи знаний не может быть в принципе. Несмотря на многоликость языка как явления, цель его изучения – способность к межкультурной и межъязыковой коммуникации, как правило, едина, что делает единым и видение развития сотрудников, о важности которого было сказано выше. И самое главное, корпоративное обучение языку – прекрасный пример заполняемости также упомянутого выше «институционального образовательного вакуума», поскольку, несмотря на то, что иностранный язык изучается в образовательных учреждениях в едва ли не большем объёме, чем все узкоспециали-

зированные дисциплины; по-прежнему в резюме россиян часто фигурирует фраза «читаю и перевожу со словарём». Если в прошлом веке такой уровень иноязычной компетенции мог выступать в качестве самостоятельной дидактической цели, то с развитием электронных переводчиков, он фактически означает неготовность вступать в реальное межкультурное взаимодействие, то есть невладение языком. В этом смысле корпоративное обучение иностранному языку для формирования готовности к межкультурной и межъязыковой коммуникации представляется не просто образовательной альтернативой, но и шансом восполнить пробелы в образовании в условиях реальной социально-профессиональной потребности в иноязычном навыке в противовес неопределённым перспективам в студенческом возрасте.

Тем не менее, у корпоративного обучения иностранному языку существует ряд специфических черт, вызванных особенностями иностранного языка как учебной дисциплины.

1 Его эффективность очень сложно оценить только экономически, пользуясь цифровыми показателями в процессе работы сотрудников, потому что успешное владение языком означает лёгкость коммуникации в целом, а не конкретные удачные действия; и не всегда ясно, насколько именно иноязычные навыки сотрудника компании повлияли на пользу, которую он ей принёс.

2 С функциональной точки зрения иностранный язык как знание не даёт никакой новой информации о мире, а служит средством получения знания и общения в межкультурных контактах. И.А. Зимняя весьма удачно называет язык как учебную дисциплину «беспредметным» [3, с. 25–38], поэтому владение сотрудников им не даёт компании напрямую преимущества в плане инновационности. Так можно предположить, что корпоративное обучение иностранному языку для формирования готовности к межкультурной и межъязыковой коммуникации является не фактором, а скорее условием интеллектуального развития компании.

3 Корпоративное обучение иностранному языку подразумевает обучающуюся организацию, но исключает самообучающуюся. Оно не может проходить в форме наставничества, при которой более опытные сотрудники, добившиеся более высоких результатов, обучают новых, так как иностранный язык не является продуктом или сферой деятельности компаний за редким исключением (например, бюро переводов), в противном же случае туда берут на работу уже профессиональных лингвистов и в обучении языку нет необходимости. Следовательно, для организации обучения компания должна взаимодействовать с рынком труда преподавателей языка как с внешней средой, часто отличающейся от основной профессиональной среды компании.

Так в обучении иностранному языку для формирования готовности к межкультурной и межъязыковой коммуникации не обойтись без профессиональных педагогических кадров. Хотя в современных международных компаниях недостатка людей, практически владеющих иностранным языком, нет, специфика языка как предмета изучения и как учебной дисциплины не гарантирует того, что человек, хорошо говорящий на нём сам, может научить ему другого. Кроме того, занятия иностранным языком требуют систематичности, которую сложно обеспечить внутренними силами в виду занятости сотрудников своими прямыми обязанностями. Именно поэтому для занятий иностранным языком привлекаются преподаватели, как правило, с опытом преподавания делового или профессионального иностранного языка.

В предлагаемой статье мы рассмотрим наиболее общую категорию классификации корпоративного обучения языку для формирования готовности к межкультурной и межъязыковой коммуникации, а именно его модели, выделяя при этом как организационные, так и педагогические преимущества и недостатки каждой из них.

Одна из моделей заключается в прямом взаимодействии фирмы с преподавателем, то есть приглашение фирмой педагога в качестве сотрудника. Специфика педагогической работы в корпоративном секторе, где занятия проходят, как правило, или рано утром до начала рабочего дня, или вечером после его окончания, делают внештатную форму работы предпочтительной.

Основное преимущество такой модели состоит в том, что преподаватель заключает договор непосредственно с фирмой, и получает от неё весь объём оплаты за обучение. Это делает сотрудничество более выгодным, потому что обе стороны экономят на посредниках, в качестве которых сегодня выступают агентства и корпоративные учебные центры.

Тем не менее, несмотря на это, сегодня большинство компаний всё чаще отказываются от такой формы взаимодействия в виду организационных трудностей. К ним относится и подбор преподавателей, и учебно-методическое обеспечение процесса, и контроль педагогической деятельности.

Аутсорсинговая модель предполагает использование компанией образовательных услуг специализированного языкового центра, который занимается организацией корпоративного обучения. В Москве и Санкт-Петербурге такое обучение входит в перечень услуг практически всех центров дополнительного образования, которые в обиходе называются языковыми курсами. Следует отметить, что с падением доходов населения корпоративное обучение для курсов, пожалуй, единственный сегмент рынка, где по-прежнему наблюдается стабильный спрос. Объяснение этому достаточно простое: изучение иностранного языка не является услугой первой необходимости, для многих рядовых граждан является интересным и полезным досугом, интеллектуальным развлечением. Известно, что именно на развлечения человек начинает экономить в первую очередь. С ростом цен на турпоездки за рубеж исчезает мотивация у тех, кто изучал иностранный язык для путешествий, а процент таких людей традиционно в нашей стране был немалым.

Если же говорить о крупных международных компаниях, для них даже в условиях кризиса оплата услуг аутсорсинговых учебных центров – весьма незначительная статья расходов бюджета. Распространение аутсорсинговой модели – фактически результат тенденции повышения популярности услуг «под ключ», когда в условиях многозадачности время и отсутствие необходимости лишнего раздумываться над проблемой для субъекта экономических отношений ценится больше, чем возможность немного сэкономить.

Важно отметить, что деятельность таких центров отличается от работы кадровых агентств тем, что они не просто находят педагога, но и предоставляют определённый пакет услуг, как правило, в него входит: 1) оценка потребностей компании и подбор преподавателя, не просто обладающего достаточной квалификацией, но и с наиболее подходящим для конкретных сотрудников стилем работы; 2) учебно-методическое и информационное сопровождение работы каждого преподавателя; 3) организация повышения квалификации для преподавателей в формах тренингов, методических семинаров, мастер-классов, как правило, с привлечением коллег из-за рубежа, которые сотрудничают с большинством учебных центров; 4) контроль качества обучения и эффективности работы преподавателя.

Среди контактных форм методического сопровождения педагогов в учебных языковых аутсорсинговых центрах сегодня наиболее популярны методические мастерские.

Ведущая роль в них остаётся за методистом учебного центра, преподаватели выступают в качестве обучающихся, на которых он демонстрирует те или иные методы, средства и приёмы; при этом после каждого этюда проводится их обсуждение, предлагаются альтернативные варианты решения той или иной лингво-педагогической ситуации.

Мастерские могут быть посвящены обучению определённым аспектам языка (лексики, грамматики, фонетики), определённому виду речевой деятельности (разговорная речь, письмо, чтение, аудирование), актуальным проблемам лингводидактики (например, обучение языку с нулевого уровня, особенности обучения второму иностранному языку, обучение на продвинутом уровне, индивидуальное обучение).

Преимущество такой модели заключается в том, что компания доверяет обучение и развитие своих сотрудников не просто профессиональным преподавателям, но и профессиональным методистам. Тем не менее, для преподавателя такая модель несёт в себе не только преимущества, но и недостатки. Преимущества сотрудничества с аутсорсинговым учебным центром для преподавателя, в конечном счёте, те же, что и для фирмы. Его повышение квалификации и методическая поддержка, оказываемая ему, служат условиями не только развития сотрудников, кого он учит, но и его самого.

С другой стороны в такой модели существует определённое противоречие. Для наиболее опытных и методически гибких преподавателей, особенно для тех, кто имеет собственные проверенные практики разработки в области обучения деловому общению, не говоря уже про опыт и знание разных зарубежных учебников и пособий, методисты учебного центра могут быть не только бесполезными, но и даже усложнять работу. Что же касается материального и информационного обеспечения, то нельзя не заметить, что любой хороший профессиональный преподаватель сам обладает достаточным количе-

ством учебных материалов, которые с развитием Интернета становятся всё более доступными и более удобными для хранения в формате PDF.

При этом сотрудники фирм хотят заниматься именно с такими преподавателями, а сами педагоги из этой категории не всегда охотно сотрудничают с корпоративными учебными центрами по причине, обозначенной выше, а также потому, что более выгодно находить себе работу напрямую или при помощи простых кадровых агентств. Кадровые агентства берут с преподавателя определённый одноразовый гонорар (как правило, это определённый процент от оплаты, полученной за первые несколько занятий), сотрудничество же с корпоративным центром подразумевает постоянную более низкую оплату.

Контроль качества корпоративного обучения иностранному языку представляет собой весьма сложный процесс по причине того, что он проходит в основном дистанционно. Поскольку коммуникативный навык развивается постепенно, именно прогресс сотрудников выступает для руководителей основным критерием эффективности обучения. Преподаватель регулярно заполняет стандартизированные отчёты о повышении уровня языковых компетенций обучающихся, однако, в подобных отчетах часто чередуются традиционные методические клише.

Часто преподаватели преувеличивают успехи студентов, поскольку эти оценки не носят официального характера, и их объективность никем не проверяется. Если педагог будет постоянно низко оценивать обучающихся, руководители фирмы, хорошо знающие своих сотрудников, увидев эти отчёты, могут подумать, что проблема именно в нём, раз у студентов нет прогресса от его занятий. Таким образом, преподаватель может быть легко заменён даже посреди курса.

На занятиях с сотрудниками может присутствовать начальник отдела или методист из языкового центра. Однако первое происходит крайне редко по причине занятости руководителей, а второе – только если преподаватель новый или о нём поступили отрицательные отзывы. Следует отметить, что менеджеры школы обычно собирают отзывы не только студентов о преподавателях, но и наоборот. Это необходимо, чтобы составить максимально объективное представление о происходящем в офисах по всему городу. Как мы видим, определённые проблемы существуют даже при выборе аутсорсинговой модели корпоративного обучения, которую сегодня принято считать более эффективной. Проблема контроля учебного процесса, о которой говорилось выше, может быть решена, в частности посредством организации обучения сотрудников в самом учебном центре.

Здесь следует перейти к типам корпоративного обучения. Сегодня в качестве синонима слову «корпоративное» в данном контексте всё чаще используется слово «внутрифирменное», поскольку, как правило, учебный процесс проходит на рабочем месте. Между тем на самом деле внутрифирменное обучение является наиболее распространённым типом обучения корпоративного, поскольку бывают случаи, когда сотрудники сами ездят в учебные центры. Это «выездное» обучение, оно практикуется, как правило, если в виду наукоёмкости и высокотехнологичности организация процесса преподавания того или иного курса на рабочем месте невозможна технически. Иностраный язык, разумеется, к таким курсам не относится, поэтому внутрифирменное обучение практикуется в большинстве случаев для более эффективного распределения времени сотрудников.

Между тем у выездной модели обучения тоже есть определённые преимущества. Во-первых, организационные: возможность контроля и оценки работы преподавателя не по отчётам, а по реально посещаемым занятиям. У одного методиста есть возможность посетить фрагменты нескольких занятий, идущих даже параллельно. Постоянное присутствие преподавателей и студентов в одном центре облегчает составление расписания и даёт возможность, например, проводить занятия с двумя преподавателями, чередовать преподавателей (например, русского и носителя) и пр. Существуют также и некоторые психологические преимущества: в учебном центре создана особая академическая атмосфера, располагающая и настраивающая на занятия, какой нет в офисе. Выезд на учёбу даёт возможность сменить рутину рабочего кабинета, на другую обстановку, что нередко отмечается самими сотрудниками.

Тем не менее интенсивность современного бизнеса и ненормированность графика многих работников вынуждает практически отказываться от выездной модели. Если говорить о крупных городах, важным фактором являются пробки в утреннее и вечернее время, которые затрудняют возможность перемещения по городу как раз в те часы, когда корпоративное обучение обычно проводится: непосредственно до и сразу после рабочего дня.

В данной статье были обозначены основные модели корпоративного обучения иностранному языку и перечислены их главные преимущества и недостатки, что может задать направления более глубоким исследованиям данной проблемы, в частности поиску путей преодоления этих организационных противоречий и организационно-методической оптимизации корпоративного обучения иностранному языку. Этот вид педагогической деятельности исследуется сегодня сравнительно мало (особенно по сравнению с преподаванием языков в высшей школе), при этом в современных социально-экономических условиях является одним из наиболее востребованных видов деятельности профессионального преподавателя иностранного языка, что делает исследование обучения сотрудников офиса перспективным направлением как в экономической, так и в педагогической парадигме.

Список литературы

1. *Алехин И.А., Тренин И.В.* Образовательный процесс и информационные технологии с позиции интеграции ресурсов // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. – 2017. – Т. 7. – № 11(11). – С 16–18.
2. *Гусев Д.А., Флеров О.В.* Совершенствование кадрового обеспечения обучения иностранному языку в системе дополнительного профессионального образования // Наука и школа. – 2017. – № 4. – С. 70–81.
3. *Зимняя И.А.* Психология обучения иностранным языкам в школе. – М.: Просвещение, 1991. – 222 с.
4. *Лобанова А.В.* Психолого-педагогические особенности обучения взрослых / в сб.: Вопросы образования и науки: теоретический и методический аспекты. – 2015. – С. 82–84.
5. *Симакова А.А.* Корпоративное образование: практики российских компаний // Политика и общество. – 2013. – № 4. – С. 461–464.
6. *Степанова Г.Н., Мастерова Е.Ю.* Интеллектуальная организация: принципы построения и функционирования в экономике знаний XXI века // Известия высших учебных заведений. – 2011. – № 5. – С. 181–191.
7. *Флеров О.В.* Развитие информационной компетенции взрослых средствами иностранного языка // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 1-1(67). – С. 209–211.
8. *Флеров О.В., Грэнлунд А.Ю.* Основные модели корпоративного обучения иностранным языкам: преимущества и недостатки // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 7-1(617). – С. 205–208.
9. *Чуланова О.Л., Тимченко Я.А.* Корпоративное обучение персонала и методы его оценки: подходы, инструментарий, проблемы и пути их преодоления // Интернет-журнал Науковедение. – 2016. – Т. 8. – № 1(32). – С. 13.

ORGANIZATIONAL MODELS OF TEACHING INTERCULTURAL AND INTERLANGUAGE COMMUNICATION

Alyamkina E.A.,

PhD., Subdepartment of Psychology, Pedagogy and socio-humanitarian disciplines of the Moscow Witte University,

Galya Hristozova,

Prof. D. Sc., Burgas Free University

The article researches main organizational models of corporate teaching a foreign language as a means of forming staff's readiness for intercultural and interlanguage communication in contemporary open professional communicative space. It reviews main interpretations of corporate teaching and specific traits of teaching a foreign language in this system. It weighs pros and cons of different models of this management process.

Keywords: intercultural competence, intercultural communication, corporate teaching, educational outsourcing, in-company training, out-of-company training, knowledge management, teaching workshop, teaching-quality control