

2. **Корейский** полуостров и вызовы глобализации = Korean peninsula and the challenges of globalisation : доклады, представленные на X Научной конференции корееведов России и стран СНГ, Москва, 29–30 марта 2006 года / [редакторы: А. З. Жебин (отв. редакторы), К. В. Асмолов, Р. В. Савельев]. – Москва : ИДВ РАН, 2006. – 315 с.

3. **Ленский, Е. В.** Транснационализация капитала / Е. В. Ленский. – Минск : ЗАО «Армита-Маркетинг, Менеджмент», 2001. – 325 с.

4. **Развитие** – международное общественное объединение по научно-исследовательским и информационно-образовательным программам. Статья «Эволюция взаимоотношений южнокорейских конгломератов с правительством» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evolutio.info/content/view/501/53/>.

5. **Синицын, Б. В.** Промышленность и положение рабочего класса Южной Кореи (1945–1959 гг.) / Б. В. Синицын. – Москва, 1961. – 152 с.

6. **Суслина, С. С.** Экспансия иностранного капитала в промышленность Южной Кореи. / С. С. Суслина. – Москва : Наука, 1979. – 168 с.

7. 이한구저. 한국재벌형성사. / 이한구저. 서울, 1999. – 681 p.

8. 재벌 성장의 주역인가 담옥의 화신인가. / 강철규, 최정표 공저 장지상. 1991. – 308 p.

ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ПАРАДИГМАЛЬНЫЙ ФАКТОР СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ

Мишук Сергей Сергеевич

Международный государственный экологический институт имени А.Д. Сахарова, Белорусский государственный университет, Минск
mishuk_siarhei@inbox.ru

Начавшееся в 80–90-е гг. XX в. формирование информационного общества вступает в современных условиях в новую фазу. Информационно-коммуникационные технологии, развивавшиеся ранее главным образом в научной и образовательной сферах, распространились в настоящее время во все без исключения элементы современной жизни. Более того, во многих структурах общества они начинают играть системообразующую роль. По своей сути информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) оказываются необходимым условием и закономерно-обязательным элементом современного этапа функционирования и развития ноосферы.

Поэтому без учета воздействия данных технологий на различные компоненты цивилизации, их роли в производственной сфере и обыденной жизни людей не представляется возможным выполнить корректный анализ уже существующих и вновь возникающих проблем в области современного бизнес-образования, а также путей их решения.

Реализация потенциала, представляемого сферой информационно-коммуникационных технологий, в дальнейшем совершенствовании системы бизнес-образования представляется возможным в двух основных направлениях.

Во-первых, использование уже существующих инфокоммуникационных технологий для удовлетворения текущих запросов рынка образовательных услуг,

предъявляемых к такому важному компоненту современного образования, каким является бизнес-образование.

Во-вторых, учет сущностных характеристик сферы инфокоммуникационных технологий как нового фактора глобального системообразования. Данный фактор уже приобретает характер парадигмального по степени его воздействия на различные сферы жизнедеятельности социума. Причем степень его воздействия возрастает с ростом «интеллектуальной емкости» конкретной сферы общественной жизни. Те области человеческого бытия, где информационно-коммуникационные технологии зародились и начали первоначально развиваться, в наибольшей степени и испытывают на себе их воздействие.

Постараемся кратко охарактеризовать основные аспекты реализации данных направлений.

В рамках первого направления в настоящее время можно зафиксировать несколько общепризнанных потребностей и проблем функционирования и развития бизнес-образования. Непрерывность образования все больше делает акцент на постоянном получении новых знаний и личностных компетенций, в ряде случаев отдавая им предпочтение по сравнению с уже имеющимся у сотрудника дипломом и ученой степенью. Потребность постоянного обновления знаний, с одной стороны, и нецелесообразность длительного отрыва от производственных процессов, с другой, стимулируют спрос на более короткие по продолжительности и сконцентрированные по времени программы. (Классические программы MBA могут «уплотняться» до одного года вместо традиционных двух лет.) С этим фактором связано и возрастание значимости самой формы обучения: все чаще предпочтение отдается форме обучения «без отрыва от производства» (в вечернее время или модульная). Существенно возросла сегментация слушателей и программ по функциональной специализации и по уровню компетенции и ответственности (MBA-маркетинг, MBA-финансы; в программах MBA выделились программы «Executive MBA», предназначенные для топ-менеджеров). И наконец, наблюдается постоянная интернационализация программ MBA, выражающаяся как в росте количества иностранных студентов на этих программах, так и в содержательном учете специфики деятельности на различных рынках.

Информационно-коммуникационные технологии предоставляют необходимые средства для удовлетворения вышеперечисленных потребностей и решения возникающих в связи с ними проблем.

Наличие общемировой коммуникационной среды делает доступным получение новых знаний и личностных компетенций каждым человеком, вне зависимости от его местожительства. Имеются все объективные, технические возможности для превращения данного процесса в действительно непрерывный. При этом не требуется отвлекать сотрудника от выполнения должностных обязанностей – дистанционное обучение можно осуществлять в удобное для обучающегося время. Соответственно «снимается» проблема численности учебных групп – имеющиеся различные программы обучения могут легко предоставляться любому количеству слушателей. При этом инфокоммуникационные технологии позволяют достаточно эффективно учитывать различный уровень компетенции обучающихся и моделировать необходимые для них программы и учебные

модели. Применение компанией IBM в 90-е гг. XX в. определенных программных средств, моделирующих бизнес-процессы, давало наглядное представление о реальных процессах и способствовало выработке соответствующих принципов решения существующих бизнес-задач. Для топ-менеджеров реализовать данные учебные модели несколько сложнее, так как необходимо включать в учебные системы большее количество факторов. Но для менеджеров среднего звена создание и использование соответствующих информационно-коммуникационных средств демонстрирует свою безусловную эффективность.

В рамках второго направления, очевидно, формируются цели фундаментального преобразования системы бизнес-образования и, соответственно, должны ставиться задачи поэтапного реформирования его существенных компонентов.

В настоящее время идет обсуждение проблемы изменения парадигмы бизнес-образования. Основными чертами новой парадигмы называют, во-первых, изменение способа «научения» – от пассивного восприятия знаний к обучению посредством выполнения проектов. Во-вторых, трансформация содержания – от стандартизированного к клиентоориентированному, индивидуализированному образованию. В-третьих, отсутствие «привязки» обучающегося к конкретному местонахождению учебного центра и времени обучения.

Однако, на наш взгляд, данные черты не являются парадигмальными по своей сути; они реализуются в рамках указанного выше первого направления.

А реализация второго направления требует, на наш взгляд, более глубокого анализа процессов изменения фундаментальных основ образования как феномена и атрибута человеческого бытия, как социокультурного явления в связи с превращением информационно-коммуникационных технологий в глобальный системообразующий фактор. Особое значение при этом приобретает изучение происходящих в этой связи изменений в социокультурном пространстве и времени.

Помимо вышеназванных, совершенно необходимо исследование изменений, происходящих в целях и предельных основаниях образования, а также возникающей на их основе трансформации способов организации системы образования в социуме.

И наконец, следует подвергнуть анализу изменяющиеся в настоящее время идеалы образованности и возникающие новые образовательные парадигмы и нормативы индивидуально-личностных характеристик обучающихся.

Очевидно, что данные проблемы требуют специального исследования. Пока же отметим следующий важный аспект.

На современном этапе развития информационного общества уже возникает необходимость трансформации фундаментальных основ как образования в целом, так и бизнес-образования как его элемента, связанной именно с потребностью постоянной смены личностных компетенций сотрудника.

С одной стороны, практика показывает, что личностные компетенции в сфере информационно-коммуникационных технологий легко утрачиваются при отсутствии постоянной практики и так же легко вспоминаются при ее восстановлении. Сама сфера инфокоммуникационных технологий меняется чрезвычайно быстро, и изучать все большее количество новых программ не представляется

возможным. В результате вновь возникает потребность в формировании более общего, фундаментального образования, ориентированного на сферу информационно-коммуникационных технологий, которое позволяло бы осваивать новые программы как конкретное применение более общих знаний.

С другой стороны, целью бизнес-образования является подготовка менеджеров, способных принимать правильные решения в различных ситуациях. А современная психология четко показывает, что основаниями при принятии решений в нестандартных ситуациях служат, главным образом, факторы, которые прямо не связаны с конкретной ситуацией. Эти факторы относятся к более глубоким структурам человеческой психики. Поэтому для принятия эффективных решений в условиях распространения инфокоммуникационных технологий требуется выработка определенного стиля мышления, соответствующего данному компоненту социокультурной реальности. Следовательно, необходимо не просто обучать некоему перечню конкретных программ, а формировать базовые знания и навыки функционирования, общения и поведения в виртуальной среде, не отрываясь от реального мира. И здесь без обучения в самой среде информационно-коммуникационных технологий не обойтись. Постоянная работа в данной среде формирует необходимые навыки и определенным образом меняет и работу самого мозга, то есть вносит изменения в психологию человека, принимающего решения. И эти изменения соответствуют меняющейся под воздействием инфокоммуникационных технологий бизнес-среде. Иными словами, сфера ИКТ сама создает социальный заказ на определенный тип образования и одновременно формирует систему средств и технологий, позволяющих его выполнить.

Таким образом, во-первых, построение системы образования должно учитывать тот факт, что сама система информационно-коммуникационных технологий превратилась в огромный самостоятельный и наиболее динамично развивающийся элемент современной глобальной экономической системы, который выдвигает и специфические требования как к уровню образования, так и к стилю мышления занятых в нем сотрудников.

Во-вторых, современное бизнес-образование должно осуществляться с помощью информационно-коммуникационных технологий как необходимой системы средств, методов и инструментов.

В-третьих, оно должно реализовываться непосредственно в среде инфокоммуникационных технологий как особой сфере реальности, позволяющей сформировать необходимые личностные компетенции и, что еще более важно, соответствующий стиль мышления.

В-четвертых, бизнес-образование должно иметь в качестве важнейшей ориентацию на дальнейшую работу именно в сфере информационно-коммуникационных технологий, проникающей во все элементы глобальной экономической системы, присутствующей в них и преобразующей данные элементы по единым процедурам и нормам.