УДК 316.28

Єжижанська Тетяна Сергіївна,
старший викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності Луцького інституту розвитку людини Університету "Україна"
Осадча Марина Петрівна,
старший викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності Луцького інституту розвитку людини Університету "Україна"

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

У статті розглядаються проблеми формування комунікативної компетентності студентів, визначається роль знань з ділової комунікації для подальшої професійної діяльності, аналізуються шляхи підвищення ефективності спілкування майбутніх фахівців.
Ключові слова: *ефективність комунікації, комунікативна компетентність, ділова комунікація.*

В статье рассматриваются проблемы формирования коммуникативной компетентности студентов, определяется роль знаний о деловой коммуникации в их последующей профессиональной деятельности, анализируются пути повышения эффективности общения будущих специалистов.
Ключевые слова: *эффективность коммуникации, коммуникативная компетентность, деловая коммуникация.*

The problems of forming communicative competence of specialists, the role of knowledge in business communication for future professional activities, analyze ways to improve communication students.
Key words: *efficiency of communication, communicative competence, business communication.*

Двадцять перше століття вже традиційно називають ерою комунікації. У цьому твердженні, незважаючи на його категоричність, відображено сміливу спробу визначити місце комунікативних знань у сфері суспільних наук про людину. Значення комунікативної компетентності особистості для сучасного суспільства важко переоціни-

© Єжижанська Тетяна Сергіївна, Осадча Марина Петрівна, 2012

ти. Формування комунікативних знань, умінь і навичок майбутнього спеціаліста перебуває в полі зору як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників. Незважаючи на значну кількість публікацій, присвячених розвиткові вміння спілкуватись, а також появу кількох навчальних посібників, багато питань цієї проблеми ще не набули належного обґрунтування й однозначного вирішення. Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про необхідність розв'язання різноманітних проблем, пов'язаних з низьким рівнем комунікативної компетентності майбутніх фахівців різних сфер діяльності. Актуальність дослідження посилюється також існуючою суперечністю, пов'язаною з невідповідністю вимог суспільства до компетентної у питаннях спілкування особистості та низьким рівнем комунікативної підготовки студентів у ВНЗ. Мета статті – охарактеризувати проблеми комунікативної підготовки студентів і виявити шляхи підвищення низької комунікативної компетентності майбутніх фахівців.

Вміння спілкуватись життєво необхідне фахівцям будь-якої галузі діяльності. Ми ж сьогодні зазначаємо, що навіть студентів гуманітарної сфери цього не навчають. Майбутніх фахівців потрібно вчити будувати спілкування, взаємодію із різними комунікативними партнерами, вміти впливати словом, інтонацією, жестами. Сьогодні важливо усвідомити, що багато невдач людини – від невміння спілкуватись, небажання слухати і чути іншого, незнання того, як будувати відносини із іншими людьми. Тобто мова йде про низьку комунікативну компетентність майбутніх фахівців. Професійні риси спеціаліста будь-якої сфери передбачають наявність у нього спеціальної освіти, широкої ерудиції, постійного підвищення ним своєї науково-професійної підготовки. Застосовуючи такий підхід до менеджера, можна стверджувати, що він повинен бути не лише носієм статусу посадової особи, наділеної певними повноваженнями, але й мати необхідну ерудицію, володіти широким колом професійних знань, вмінь і навичок, до числа яких обов'язково належить вміння спілкуватись із людьми.

Причиною багатьох виробничих проблем може бути не низький рівень професійних знань і вмінь, а недостатній рівень комунікативної компетенції особистості, через що досить часто й виникають комунікативні конфлікти на міжособистісному, груповому й суспільному рівнях. Уміння проводити ділові бесіди і переговори, встановлювати контакти з партнерами і керувати колективом – ключ до успіху в бізнесі. Можна стверджувати, що свідоме опанування принципами ділового спілкування та правильне їх використання підвищує ефективність ділових контактів, а отже, й ефективність роботи підприємства чи фірми. Розроблено безліч методик, рекомен-

дацій, що допомагають розвинути комунікативні здібності, навчити розуміти психологію іншої людини і свою власну, справляти гарне враження на людей довкола. І цей досвід важливо теоретично переосмислити, щоб викладати відповідні курси у вузах.

Отже, здатність спілкуватись і ладнати із людьми набагато важливіша за професійну (так звану технічну) компетентність. Підтвердженням цих висновків є результати різноманітних досліджень, проведених за кордоном, які свідчать, що для визначення факторів успішного працевлаштування добросовісність і навички спілкування є вищими за професійні знання та вміння. Варто зазначити, що в теорії менеджменту усі навички поділяють на дві великі групи: hard skills (тверді навички) і, відповідно, soft skills (м'які навички). Hard skills – професійні, технічні навички, які можна наочно продемонструвати. До цієї категорії належать, наприклад, навички друкування, володіння іноземною мовою, керування автомобілем тощо. Soft skills – навички, виявлення яких важко відслідкувати, перевірити і наочно продемонструвати. До такої групи належать комунікативні й управлінські навички, наприклад: налагодження стосунків, робота в команді, слухання і розуміння співрозмовника, проведення переговорів, навички спілкування, ораторське мистецтво, проведення презентацій, ведення дискусій, вирішення проблем, лідерство, вирішення конфліктних ситуацій [5].

Спробуємо з'ясувати, які ж навички, професійні чи комунікативні, значною мірою визначають успішність окремих працівників і компанії в цілому. Результати дослідження, проведеного у Гарвардському університеті (Harvard University) і Стенфордському дослідницькому інституті (Stanford Research Institute), свідчать про те, що внесок hard skills у професійну успішність працівника становлять усього 15%, тоді як soft skills визначають інші 85% [5]. Керівництво більшості компаній прагне наймати, утримувати й просувати працівників із високим рівнем розвитку "м'яких" навичок. Звичайно, це не означає, що певні технічні, професійні вміння співробітникові не потрібні (вони повинні бути обов'язково), але для успішного вирішення різноманітних завдань, поставлених перед співробітником компанією, їх недостатньо. Відповідно, їх недостатньо і для успішного розвитку кар'єри. Результати іншого дослідження, проведеного Стенфордським дослідницьким інститутом (Stanford Research Institute) спільно із Фондом Карнегі Мелона (Carnegie Melon Foundation) серед генеральних директорів (CEO) компаній зі списку "Fortune 500", показали, що їхній довгостроковий і стабільний успіх у роботі на 75% визначається soft skills і тільки на 25% – hard skills [2].

Результати наведених вище досліджень, які демонструють відносно невисоку значущість професійних навичок, можуть здатись дивними. Проте не варто забувати, що бізнес завжди пов’язаний із людьми і включає спілкування, налагодження відносин, самопрезентацію, представлення своєї компанії і своїх ідей у найбільш позитивній і виграшній формі. Для цього якраз і потрібні “м’які” навички. Як стверджує Д. Іванов, soft skills є способом вияву (“засобом доставки”) для hard skills [2]. Отже, саме розвиткові комунікативних знань, вмінь і навичок варто приділяти особливу увагу в університетських курсах. На підтвердження можна процитувати думку одного із гуру менеджменту, Генрі Мінцберга (Henry Mintzberg), професора менеджменту МакГіллського університету (McGill University) у Монреалі, який у своїй відомій книзі “Менеджери, не MBA: твердий погляд на м’яку практику управління та управління розвитком” пише: “Освіта, запропонована MBA, це даремна витрата великої кількості часу. Традиційні програми MBA навчають не тих людей не тими методами і з невідповідними результатами… Такі дисципліни, як фінанси, бухгалтерский облік і маркетинг, займають непропорційно багато часу за рахунок критично важливих soft skills – лідерства, роботи в команді, спілкування, нестандартного мислення, – саме тих навичок, які відрізняють кращих від гірших у світі менеджменту. І наслідки такого підходу загрозливі – ринок переповнений дипломованими молодими лідерами, у яких немає реальних лідерських рис. Така система, безперечно, дисфункціональна” [6, 240].

Вміння спілкуватись є основною складовою комунікативної компетентності. Мова йде про здатність налагоджувати й підтримувати необхідні контакти з людьми, про готовність особистості до спілкування в плані розвитку і відповідностей, установок та адекватних вмінь. Згідно з визначенням Міжнародного департаменту стандартів для навчання та освіти (International Board of Standards for Training, Performance and Instruction (IBSTPI), компетентність – це спроможність особистості кваліфіковано проводити діяльність, виконувати завдання або роботу. При цьому поняття компетентності охоплює набір знань, навичок і стосунків, що дають змогу особистості ефективно діяти або виконувати певні функції, спрямовані на досягнення стандартів у професійній галузі або сфері діяльності [4]. Для того, щоб полегшити процес оцінювання компетентностей, Департамент пропонує виокремити у цьому понятті такі індикатори, як набуті знання, вміння, навички та навчальні досягнення.

Теорія комунікативної компетентності розробляється в останні роки українськими й російськими авторами. Комунікативну ком-

петентність фахівця вчені характеризують як "певний рівень сформованості особистісного й професійного досвіду взаємодії з оточуючими, який потрібен індивіду, щоб у межах своїх здібностей і соціального статусу успішно функціонувати у професійній спільноті й суспільстві" [3, 59]. Із цього визначення випливає, що комунікативна компетентність залежить: від притаманних індивідові рис; від змін, що відбуваються у соціумі; від пов'язаної із цими змінами соціальної мобільності самого фахівця.

Складовими комунікативної компетентності варто вважати: по-перше, вміння вступати в комунікацію з іншими людьми, постійно підтримувати з ними потрібні контакти; а по-друге, володіння й уміння оперувати інформацією, яка характеризує як загальну, так і професійну ерудицію фахівця, незалежно від сфери його діяльності.

Основним джерелом набуття комунікативної компетентності є знання, досвід й уміння спілкуватись як у діловій сфері, так і в повсякденній ситуації. Комплекс комунікативних знань і навиків, які складають комунікативну компетентність особистості, включає:

– знання норм і правил спілкування (зокрема ділового);

– високий рівень мовленнєвого розвитку, який дозволяє людині у процесі спілкування вільно передавати і сприймати інформацію;

– розуміння невербальних засобів комунікації;

– вміння налагоджувати контакт із людьми, враховуючи їхні гендерні, вікові, соціально-культурні, статусні характеристики;

– вміння поводитись адекватно до ситуації і використовувати її специфіку для досягнення власних комунікативних цілей;

– вміння впливати на співрозмовника так, щоб схилити його на свій бік, переконати в силі своїх аргументів;

– здатність правильно оцінити співрозмовника як особистість, як потенційного конкурента чи партнера і вибрати власну комунікативну стратегію залежно від цієї оцінки;

– здатність викликати у співрозмовника позитивне сприйняття власної особистості [3, 59].

Якщо ефективність обміну інформацією залежить від комунікативної компетентності і, до того ж, механізм соціальної взаємодії людей виявляє себе на всіх рівнях соціокультурної організації суспільства, то чому фахівців різних профілів (не лише гуманітаріїв, але й керівників-управлінців і працівників сфери обслуговування) не вчать працювати з людьми, ефективно будувати комунікативний процес і керувати ним? Звичайно, ситуація змінилась, чи вже змінюється, і попит на такого виду професіоналізм зростає, але питання

про комунікативну підготовку фахівців цим не знімається, а навпаки, набуває ще більшої актуальності.

Сучасні умови розвитку суспільства диктують підвищення вимог до рівня освіченості, загальної й комунікативної культури майбутнього спеціаліста. Сучасний фахівець – це висококваліфікований професіонал, який поєднує ерудицію зі знанням певної сфери діяльності, вміє окреслити стратегічні завдання, налагодити взаєморозуміння й взаємодію із окремими людьми чи соціальною групою, тобто володіє високою культурою комунікативної діяльності. Сьогодні можемо спостерігати затребуваність (чи навіть дефіцит) комунікативних знань і навичок у фахівців-професіоналів найрізноманітніших сфер діяльності. Оскільки низька компетентність є перешкодою у налагодженні стосунків як всередині організації, так і в спілкуванні із діловими партнерами, то керівники підприємств, установ та організацій витрачають значні кошти на проведення комунікативних семінарів, тренінгів, майстер-класів з комунікативної практики для своїх працівників (вартість таких послуг може бути дуже високою, залежно від тривалості заняття і кваліфікації тренера), на яких ознайомлюють учасників із механізмами психологічного впливу й психологічного захисту, навчають ефективного спілкування з колегами і клієнтами. На нашу думку, нинішніх студентів важливо навчати так, щоб уже за час перебування у стінах ВНЗ вони здобули необхідні навички спілкування, які допоможуть їм успішно працевлаштуватись і будувати кар’єру. Освітні заклади вже сьогодні повинні відгукнутись на таку потребу суспільства і особливу увагу звертати на комунікативну підготовку майбутніх фахівців.

Актуальним залишається питання, чи відповідає сьогоднішня програма підготовки фахівців новим соціальним умовам. Адже у навчальних планах вищої школи дуже мало уваги приділяється вивченню навичок спілкування: цим часто нехтують, особливу увагу приділяючи циклу професійно-орієнтованих дисциплін. Якщо ж заповнювати ці прогалини у підготовці фахівців, то виникає питання, які саме дисципліни і курси повинні готувати студента до того, щоб бути грамотним, компетентним комунікатором. Щоб вирішити проблему більш ефективного навчання професійно-ділового спілкування, необхідно студентам різного профілю оволодівати знаннями теорії комунікації, вміннями й навичками встановлення та підтримання контактів у різних сферах і ситуаціях взаємодії. Одним із актуальних завдань сучасної вищої школи стає введення в освітній стандарт комплексу дисциплін комунікативного циклу, в першу чергу – основ теорії комунікації, ділової комунікації, етики та етикету. Необхід-

ність підвищувати професійно-мовленнєву компетентність випускників ВНЗ наводить педагогів вищої школи на думку про розробку такої методичної системи формування комунікативної компетенції, яка враховувала б взаємозв'язок із різними навчальними предметами [1, 273]. Фахівці, які працюють у найрізноманітніших сферах соціально-гуманітарного знання – філософії, соціології, лінгвістики, філології, психології, педагогіки, PR, маркетингу й реклами – намагаються пояснити феномени комунікації з теоретичної точки зору і спільними зусиллями зробити ще один крок на шляху розвитку комунікативного знання в Україні.

Можливість ефективного розвитку комунікативної компетентності прямо залежить від забезпеченості навчального процесу набором необхідних підручників і навчальних посібників, методичних розробок, які враховували б особливості підготовки фахівців у конкретному регіоні чи навчальному закладі. У навчальних планах і програмах варто приділити увагу комунікативно-мовленнєвій підготовці студентів у ситуаціях офіційно-ділового спілкування, оволодінню ними етичними та етикетними нормами, основними правилами організації ефективних ділових контактів. Особливу увагу варто акцентувати на необхідності розвитку, а часто й формування, комунікативної компетенції спеціалістів і магістрів, які здобувають як гуманітарну, так і технічну вищу освіту. Актуальним для викладачів є й питання розвитку мовленнєвої компетенції студентів. Мова – один із основних засобів спілкування у будь-якій сфері діяльності, а тому важливо донести до студентів усі ті соціально й професійно значимі можливості, які відкриває успішне оволодіння формами, засобами й способами мовленнєвої комунікації. На жаль, мовленнєва компетенція студентів вітчизняних вищих навчальних закладів залишає бажати кращого. Вже на перших заняттях з культури мовлення, ділового спілкування, основ теорії комунікації з'ясовується відсутність елементарних комунікативно-мовленнєвих знань і вмінь їх застосовувати у змодельованих на заняттях ситуаціях. Викладач повинен намагатись підвищити компетентність студентів у сфері мовленнєвого спілкування, звернути їхню увагу на необхідність саморозвитку у питаннях оволодіння видами, формами, стилями мовленнєвої діяльності. Завдання комунікації (усної й письмової) у всіх сферах і ситуаціях – досягти того, щоб у свідомості реципієнта виникла та інформація, яку висловив ініціатор спілкування. Тому у навчальні плани підготовки фахівців різних напрямів варто включати не лише курс української мови (за професійним спрямуванням), а

й основи теорії і практики мовленнєвої комунікації (комунікативну лінгвістику).

Комунікативна компетенція є важливою рисою майбутнього фахівця, а тому вважаємо за необхідне визначити шляхи її формування:

– поглиблення знань про мову, засвоєння норм етичної й етикетної поведінки в різних сферах і ситуаціях спілкування та вдосконалення вмінь і навичок спілкування в науковій та офіційно-діловій сферах, оволодіння різноманітними стратегіями і тактиками ефективної комунікації;

– розвиток вмінь і навичок переконливо викладати свої думки, дискутувати, використовуючи різні способи аргументації, вести діалог із співрозмовниками, дотримуючись правил мовленнєвого етикету;

– оволодіння вмінням сприймати, аналізувати, порівнювати мовні явища й факти, коментувати їх, оцінювати їх під кутом зору нормативності, відповідності ситуації спілкування.

Широкий діапазон тактик і стратегій комунікації дозволить комунікативній компетентності проявитись у рисах, необхідних у різних видах комунікативної взаємодії (компетентність юриста, політика, лікаря, управлінця, підприємця, фахівця інформаційної сфери тощо).

Отже, більшість учених під компетентністю людини розуміють певним чином структуровані (організовані) набори знань, умінь і навичок, які набуваються у процесі навчання. Складові комунікативної компетентності становлять комунікативний потенціал особистості, який визначає успішність її спілкування в різних сферах життєдіяльності. При цьому все більшої актуальності набуває завдання удосконалення процесу формування комунікативних компетенцій, що є невід’ємним компонентом повноцінної професійної підготовки та передумовою продуктивної діяльності фахівців у будь-якій галузі.

Узагальнюючи все викладене вище, можна зробити такі висновки:

1. Необхідність формування комунікативної компетенції у студентів обумовлена тим, що сьогодні для більшості випускників ВНЗ невід’ємною складовою майбутньої професії стає спілкування в соціокультурній, діловій, професійних сферах.

2. Вирішення проблеми формування/розвитку комунікативної компетенції студентів – завдання викладачів не лише окремих дисциплін, передбачених програмами вузів. Цим повинні перейматись ті, хто складає навчальні плани і програми підготовки фахівців.

3. Поетапне введення в програми підготовки фахівців (різного профілю) дисциплін, пов'язаних із теорією й практикою комунікації, позитивно позначиться на оволодінні студентами всім комплексом знань і вмінь, передбачених програмами вузів.

4. Уведення в навчальні плани підготовки фахівців циклу дисциплін з теорії та практики комунікацій підвищить рівень комунікативної компетенції майбутніх фахівців різноманітних сфер діяльності.

5. Оволодіння засобами й видами комунікації, їхнє втілення у навчально-наукове, ділове, професійне спілкування розвивають комунікативну компетентність студентів, готують їх до ефективного встановлення й підтримання необхідних соціальних контактів.

Література:

1. Барабанова Н.Р. Междисциплинарная координация в формировании коммуникативно-речевой компетенции студентов [Текст] / Н.Р. Барабанова // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. тр. – СПб. – Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 271-280.

2. Иванов Д. Путь к вершине. Факторы успеха. Что важнее: soft skills или hard skills? [Электронный ресурс]: / Дмитрий Иванов // Управление человеческим потенциалом. – 2010. – № 3. – Режим доступа: http://www.colloquium.ru/article/hard_soft/hard_soft.php.

3. Основы теории коммуникации [Текст] : учебник / Под ред. М.А. Василика. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.

4. Competencies [Electronic resource] // International Board of standards for Training, Performance and Instruction (IBSTPI). – Mode of access: http://www.ibstpi.org/competencies.htm

5. Get @head with Soft Skills [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.editin.com/softskills/index.htm

6. Mintzberg, H. Managers Not MBAs: A Hard Look at the Soft Practice of Managing and Management Development. – Berrett-Coehler Publishers, 2004. – 464 c.