

МАЙСТЕР-КЛАСИ З ІНФОРМАЦІЙНО-ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ: МЕТОДИКА ПРОВЕДЕННЯ

Розглядається можливість розвитку професійної та комунікативної компетенції фахівців інформаційно-ділових комунікацій з використанням технологій майстер-класу. Зроблено акцент на необхідності професійної підготовки спеціалістів з розробки цієї форми особистісного та професійного вдосконалення.

Ключові слова: комунікативна компетентність, додаткова освіта, цільова аудиторія, майстер-клас, модель заняття.

Рассматривается возможность развития профессиональной и коммуникативной компетентности специалистов информационно-деловых коммуникаций с использованием технологий мастер-классов. Делается акцент на необходимости профессиональной подготовки специалистов по разработке и проведению этой формы личностного и профессионального совершенствования.

Ключевые слова: коммуникативная компетентность, дополнительное образование, целевая аудитория, мастер-класс, модель занятия.

In this paper, the possibility of the development of professional and communicative competence of specialists in the sphere of informative and business communications using the technologies of master-classes is considered. The stress is made on the necessity of professional training of specialists on development and implementation of this form of personal and professional improvement.

Key words: communicative competence, addition education, target audience, master-class, class model.

Сучасні дослідження у сфері розвитку професійної компетентності фахівців інформаційно-ділової сфери демонструють необхідність постійного підвищення майстерності їх професійно-ділових комунікацій.

Для реалізації будь-яких проектів підвищення кваліфікації, розвитку професійних і комунікативних здібностей необхідні, насамперед, чіткі уявлення про те, яку форму особистісно-професійного зростання необхідно запропонувати конкретному фахівцеві і хто може забезпечити змістовно-методичне наповнення цієї форми.

Багато років проблема підвищення кваліфікації вирішувалася в межах обміну досвідом, проведення курсів і семінарів усередині організацій або в навчальних закладах, з якими ці організації співпрацювали. Отримані освітні результати (збільшення обсягу спеціальних знань, розвиток професійних умінь і навичок, розвиток лідерських якостей) слухачі курсів і семінарів згодом упроваджували на практиці.

За останні 10–12 років набір засобів передачі професійної майстерності від професіоналів до фахівців-практиків значно розширився. До

нього ввійшли, окрім згаданих вище курсів і семінарів, тренінги, «круглі столи», «мозкові штурми», коучинг, майстер-класи, професійні конкурси тощо.

Кожна з форм розвитку професіоналізму розроблена таким чином, щоб зацікавлена в досягненні кар'єрного або професійного зростання людина могла вибрати найвідповіднішу її мотивам і потребам форму.

На жаль, далеко не всі представники структур додаткової освіти чітко уявляють собі, як саме необхідно організовувати і проводити заняття в межах конкретної форми підвищення кваліфікації. Найбільше запитань викликає створення програми і сценарію проведення майстер-класу.

Авторами небагатьох публікацій, присвячених методиці проведення майстер-класів, зазвичай, є викладачі шкіл і ВНЗ. Відповідно їй запропоновані методики радше застосовуються в навчальній, а не в соціально-діловій або професійній сферах.

Найчастіше в компаніях, фірмах, закладах цим «модним» терміном називають звичайний семінар, а іноді просто лекцію. Саме ця обставина слугувала мотивом для розробки комплексу чітких методичних прийомів і технологій проведення майстер-класу для фахівців, зацікавлених у набутті досвіду інформаційно-ділових комунікацій.

У першу чергу, необхідно зазначити, що проводити майстер-клас може тільки фахівець, що має педагогічні здібності. Саме поняття «Майстер», яке набуває необхідного значення тільки в ситуаціях передачі знань і вмінь від досвідченого педагога або фахівця аудиторії (класу, групі), не завжди адекватно сприймається слухачами. Уточнимо, кого саме ми називаємо Майстром у нашій статті.

Узагальнюючи різні визначення, можна сказати, що для сфери професійної комунікації Майстер (master) — найкращий в якій-небудь сфері, взірць для наслідування, відповідно — клас (class) — заняття, урок. Майстер-клас — це сучасна форма проведення навчального семінару-тренінгу для відпрацювання практичних навичок за різними методиками і технологіями з метою підвищення професійного рівня й обміну передовим досвідом учасників, розширення кругозору і залучення до новітніх сфер знання. Важливим є те, що під час майстер-класу провідний фахівець (Майстер) розказує і, що ще важливіше, показує, як застосовувати на практиці запропоновану ним нову технологію або метод.

Нині майстер-клас розглядається як одна з форм ефективного професійного навчання як працівників різного рівня, так і керівників, що виявляють активність при пошукові шляхів для зростання своєї майстерності.

Найактивнішими учасниками майстер-класів нині є молоді фахівці. Ця форма взаємодії з майстрами своєї справи надає їм можливість бути досвідю і швидко самореалізуватися.

Розглянемо детальніше, для кого проводяться майстер-класи з опанування майстерності інформаційно-ділових комунікацій. Неповний перелік зацікавлених осіб можна подати так:

- менеджери середньої і вищої ланки;
- документознавці, працівники бібліотек, архівів, інформаційних центрів;
- співробітники відділів реклами, зв'язків з громадськістю;
- працівники соціальної сфери;
- керівники партійних, профспілкових, громадських об'єднань тощо.

Продовжуючи перелік, ми можемо назвати ще безліч фахівців, основна діяльність яких полягає в отриманні, обробці, передачі інформації ділової спрямованості або у створенні цієї інформації.

Що ж таке майстер-клас з інформаційно-ділових комунікацій і яка особливість його проведення?

Майстерність — це високий ступінь опанування певного виду спеціалізованої діяльності. У цій ситуації вона ґрунтується на глибокому розумінні справи, що поєднується з розвиненими вміннями здійснювати раціональні й ефективні дії з придбання, аналізу та синтезу інформаційних джерел.

Щоб конкретніше визначити специфіку майстер-класу, порівняємо декілька визначень.

Майстер-клас є унікальною за своїм типом формою набуття професіоналізму в певній сфері. Але як і будь-яка інша форма роботи з професійним досвідом, вона потребує неупередженого «шліфування» і безперервного вдосконалення — і щодо готовності до її використання стороною, яка «передає», і стороною, що активно «сприймає» цей інноваційний досвід [3].

Майстер-клас — це головний засіб передачі концептуально нової ідеї своєї (авторської) педагогічної системи. Педагог-професіонал упродовж кількох років напрацьовує індивідуальну (авторську) методичну систему, що містить цілеспрямованість, проектування, використання послідовності певних відомих дидактичних і виховних методик, уроків, заходів, власні «ноу-хау», зважає на реальні умови роботи з різними категоріями слухачів класу тощо.

Майстер-клас — яскраво виражена форма передачі майстром набутого досвіду, майстерності своїм учням, найчастіше — через прямий і коментований показ прийомів роботи [5].

Узагальнюючи представлені в різних статтях визначення, ми можемо виділити найважливіші особливості майстер-класу, а саме:

- 1) новий підхід до філософії навчання, що руйнує усталені стереотипи;
- 2) метод самостійної роботи в малих групах, що дозволяє провести обмін думками;
- 3) створення умов для залучення всіх до активної діяльності;

- 4) постановка проблемного завдання і вирішення його через програвання різних ситуацій;
- 5) прийоми, що розкривають творчий потенціал як Майстра, так і учасників майстер-класу;
- 6) форми, методи, технології роботи, які пропонуються, а не нав'язуються учасникам;
- 7) надання можливості кожному учасникові висловити ставлення до запропонованого методичного матеріалу;
- 8) форма взаємодії — співпраця, співтворчість, спільний пошук.

Практика засвідчує, що ефективність майстер-класу досягається при роботі провідних педагогів або фахівців у малій групі (7-15 учасників).

Майстер-клас має демонструвати конкретний професійний або методичний прийом або метод, конкретну технологію. Він мусить складатися із завдань, які спрямовують діяльність учасників для вирішення поставленої проблеми.

Ознайомлюючись із публікаціями, присвяченими проблемам організації майстер-класів у навчальних закладах, ми дійшли висновку, що найбільше цікавих рішень належить педагогам, які зацікавлені в підготовці послідовників з аудиторії студентів або молодих фахівців. Саме в такому аспекті діяльності вже визначений покроковий алгоритм реалізації технологій майстер-класу.

1. Презентація педагогічного досвіду майстра.

Коротке обґрунтування основних ідей технології, опис досягнень у роботі Майстра.

2. Подання системи занять.

Опис системи занять, визначення основних прийомів роботи, які демонструватимуться.

3. Імітаційна гра.

Майстер проводить заняття зі слухачами, на якому останні виконують дві ролі: учнів і експертів, присутніх на занятті.

4. Моделювання.

Самостійна робота слухачів з розробки власної моделі заняття в режимі технології уроку Майстра, обговорення авторських моделей.

5. Рефлексія [1].

В інтерпретації майстер-класу для співробітників організацій структура заняття виглядає майже так само. Різниця полягає в тому, що учні легше справляються із завданнями з розробки власних програм чи моделей занять. Працівники закладів, компаній, фірм зазнають труднощів в «озвучуванні» власних ідей з обміну досвідом. У зв'язку з цим майстер-класи у сфері інформаційно-ділових комунікацій набувають додаткової компоненти — розвитку мовленнєвих навичок слухачів, тобто розвитку їх комунікативно-мовленнєвої компетентності.

Ще один важливий момент, пов'язаний з успішною підготовкою і проведенням методично орієнтованого майстер-класу, стосується

початкового уточнення питання про те, на якому рівні проводиться презентація професійного досвіду? Для кого готується майстер-клас?

При визначенні моделі необхідно зважати на потреби конкретної аудиторії (перелік потенційних слухачів, зацікавлених у набутті досвіду роботи з діловою інформацією та її носіями, ми навели вище). Вони визначаються з урахуванням психологічного, загальнометодичного, предметного і власне професійного рівня.

Рівень методичних дій має бути поєднаний із засвоєнням спеціально-профільних знань, умінь і навичок, пов'язаних з роботою з конкретними інформаційними потоками.

Загальнометодичний рівень поєднаний з перенесенням напрацьованих Майстром технологічних моделей і схем на сферу діяльності слухачів майстер-класу.

Психологічний рівень забезпечує результативність навчання завдяки актуалізації індивідуально-особистісних мотивів і потреб слухачів майстер-класу.

Проводячи майстер-клас, Майстер ніколи не бажає просто передати знання. Він прагне залучити учасників до процесу, зробити їх активними, розбудити в них те, що приховане навіть для них самих, зрозуміти й усунути те, що заважає в саморозвиткові. Усі завдання Майстра і його дії спрямовані на те, щоб підключити (залучити) уяву учасників, створити таку атмосферу, щоб вони виявили себе як творці. Майстер створює атмосферу відвертості, доброзичливості, співтворчості в спілкуванні. Практичні вміння роботи з діловою інформацією ефективно засвоюються і розвиваються в процесі ділових ігор або при вирішенні завдань, пов'язаних з проблемами роботи в інформаційних центрах, консалтингових агенціях тощо.

Майстер виключає оцінювання роботи учасників майстер-класу, але надає можливість для самооцінки і самокорекції.

У стосунках зі слухачами Майстер мусить застосовувати певний стиль, виявляючи свої особистісні якості: комунікативність, загальнокультурний розвиток, інтелігентність, погляди, переконання, світогляд, характер, волю, темперамент тощо.

Для кваліфікованих Майстрів характерне вміння працювати за планом «у голові», залучати особистий досвід, вираховувати «геніїв» і підтримувати «відстаючих».

Характерними особливостями майстер-класу фахівці вважають такі:

- передача й обмін досвідом;
- активна діяльність учасників;
- поєднання теорії і практики;
- зміна діяльності;
- наочність;
- образність;
- осягнення через дію;
- отримання негайного результату;

- мозковий штурм;
- виконання різних ролей;
- креативна, високоінформативна, активна навчальна форма, що об'єднує небайдужих людей;
- можливість отримати «поштовх» до творчої діяльності тощо [2].

Для визначення ефективності підготовки та проведення майстер-класу фахівці пропонують використовувати такі критерії.

Презентативність. Вираження інноваційної ідеї, рівень її представлення в методиці й практиці освіти за конкретним профілем.

Ексклюзивність. Яскраво виражена індивідуальність, вибір, повнота й оригінальність вирішення інноваційних ідей.

Прогресивність. Актуальність і науковість змісту та прийомів навчання, відповідних тенденціям сучасної освіти.

Умотивованість. Наявність прийомів і умов мотивації, залучення кожного до активної творчої роботи зі створення нового продукту діяльності на занятті.

Оптимальність. Достатність використовуваних на занятті засобів, їхнє поєднання, зв'язок з метою і результатом.

Ефективність. Результативність, отримана для кожного учасника майстер-класу. Розвиток умінь адекватно аналізувати результати своєї діяльності.

Технологічність. Чіткий алгоритм заняття.

Артистичність. Індивідуальний стиль, педагогічна харизма, здатність до імпровізації, ступінь впливу на аудиторію, готовності до поширення і популяризації свого досвіду.

Загальна культура. Ерудиція, нестандартність мислення, стиль спілкування [1].

З практики роботи як тренера бізнес-комунікацій можемо навести такий приклад проведення майстер-класу для керівників підрозділів, пов'язаних з інформаційною діяльністю компаній. Заняття було організоване у зв'язку з необхідністю вирішення проблеми підвищення кваліфікації співробітників консалтингових агентств в аспекті соціально-ділових комунікацій.

Алгоритм проведення майстер-класу зумовлений якісним складом аудиторії і рівнем знань у сфері теорії комунікацій.

Наведемо цей алгоритм у скороченому варіанті.

1. Презентація педагогічного досвіду Майстра з проведення занять у системі додаткової освіти. На початку заняття подана коротка характеристика основних ідей і технологій, раніше використаних Майстром, доказ результативності діяльності співробітників агентств, центрів, бюро, зайнятих роботою з клієнтами за представленою методикою.

2. Система навчальних занять. Опис системи навчальних занять у режимі технології, що презентується, і визначення основних прийомів роботи в аудиторії. Опанування системи необхідних мовленнєвих зворотів для участі в імітаційній грі.

3. Проведення імітаційної гри.

У межах майстер-класу проведена ділова гра «Співбесіда», в процесі якої самі слухачі демонстрували прийоми ефективної комунікації роботи з клієнтами. При цьому слухачі одночасно виконували ролі консультантів агентства і клієнтів, що прийшли на співбесіду.

4. Моделювання. Слухачі продемонстрували результати конструювання власної моделі заняття з використанням технології Майстра. Майстер виконував роль консультанта, організовуючи самостійну роботу слухачів.

5. Рефлексія. Учасники майстер-класу провели дискусію за результатами спільної діяльності, отримали додаткові роз'яснення з питань, що їх зацікавили.

Підсумовуючи, наголосимо на необхідності розвитку системи особистісного та професійного зростання, яка визначає підвищення конкурентоспроможності фахівців різних сфер діяльності і, конкретно, діяльності у сфері інформаційно-ділових комунікацій. Ефект проведення з цією метою майстер-класів залежить від особистісних якостей, ерудиції і професіоналізму тих фахівців, які готові взяти на себе нелегку роботу передачі досвіду і знань у формі діалогу, дискусії, переконання.

Особливістю проведення майстер-класів з інформаційно-ділових комунікацій є той факт, що в процесі занять виникає необхідність розвитку комунікативно-мовленнєвих умінь слухачів. У результаті планування й реалізації занять майстрами високого класу досягається подвійний ефект: підвищення професійно-ділової компетентності й розвиток комунікативно-мовленнєвих навичок роботи з інформаційними потоками.

Список літератури

1. Технология проведения мастер-класса: материалы для проведения занятия «Школы совершенствования профессионального мастерства» [Электронный ресурс]. — Способ доступа: <http://festival.1september.ru/articles/515316>
2. Куликова Н. Ю. Информационные коммуникационные технологии как средство повышения профессионального мастерства преподавателей специальных дисциплин [Электронный ресурс] / Н. Ю. Куликова. — Способ доступа: <http://ido.rudn.ru/vestnik/2008/2008-1/04>
3. Машуков А В. Организация и проведение мастер-классов [Электронный ресурс] / А. В. Машуков. — Способ доступа: <http://resource.ipk.ru/mediawiki/index.php>
4. Овчаренко Е. В. Запровадження інформаційно-комунікаційних технологій у педагогічну освіту України: аналіз сучасного стану розвитку [Електронний ресурс] / Е. В. Овчаренко. — Режим доступу: www.net.elnik.kiev.ua
5. Ямщикова Л. И. Организация и проведение мастер-класса как средство повышения мастерства руководителей образовательных учреждений / Л. И. Ямщикова, Е. Н. Табакова // Вестник РУДН серия «Информатизация образования», 2008, №1 [Электронный ресурс]. — Способ доступа: http://bank.orenipk.ru/Text/t36_17.htm

Надійшла до редколегії 14.05.2010 р.