

PEDAGOGY AND EDUCATION

UDC 81.161.2: 330.101

Варнавська Інна В'ячеславівна

кандидат педагогічних наук, доцент,

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», Україна

**СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ
КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ
«ЕКОНОМІКА»**

Анотація. Наукове дослідження присвячене проблемам формування комунікативної компетентності фахівців економічного напрямку. Розглянуто комплекс методів формування мовної і мовленнєвої культури майбутніх спеціалістів економічного сектору. У дослідженні позначено основні засади спілкування, спираючись на які, можна оволодіти необхідними комунікативними вміннями. Проаналізовано найважливіші пізнавальні методи комунікативної культури: метод самостійного навчання (самоосвіта), інформаційно-рецептивний, проблемний методи і метод евристичної бесіди. Досліджено елементи, які відіграють важливу роль у формуванні мислення майбутніх фахівців економічного напрямку. Доведено, що педагогічні методи необхідно добирати з урахуванням дидактичної мети, характеру і змісту навчального матеріалу.

Ключові слова: комунікативна компетентність, методи навчання, фахівці економічного напрямку, проблемний метод, засади спілкування, заняття з української мови (за професійним спрямуванням).

Постановка проблеми.

Провідною і найважливішою складовою спілкування є процес комунікації, у різних її виявах, але найважливіше – слово (його лексичне значення), адже у

ньому втілюється рівень інтелекту мовця, образне вираження його ставлення до теми мовлення, оцінювання мовленнєвої ситуації тощо. Спостереження за позитивним і негативним спілкування, вивчення психолого-соціологічної його сутність, дають можливості з'ясувати педагогічні умови поліпшення і вдосконалення процесу спілкування, визначають комунікативну культуру фахівців різних напрямів. Шляхом експериментів дійти висновку, що основним і актуальними завданням навчання і освіти є виховання індивіда, здатного до саморегуляції і самовираження засобами слова, мовних засобів різних рівнів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

До цієї теми зверталися мовознавці, лінгводидакти, психолінгвісти Н.Бабич, О.Біляєв, В.Виноградов, В.Головін, С.Єрмоленко, А.Коваль, Г.Костюк, В.Мельничайко, Л.Паламар, М.Пентилюк, С.Шевчук та інші. Мовлення забезпечується багатьма факторами, які треба враховувати при формуванні комунікативних умінь і навичок [1]. В.Виноградов зазначав, що питання мовної культури повинні розглядатися у двох аспектах, один з яких, об'єктивно-історичний, стосується мовної системи на певному етапі її розвитку, стану її вивчення і нормування (цей аспект міг би бути названим культурою мови); другий, нормативно-стилістичний, – пов'язується з дослідженням мовленнєвої практики носіїв мови, з прагненням вплинути на неї, забезпечити дотримання норм (йдеться про культуру мовлення) [3].

Формування комунікативної культури фахівців різної професійної спрямованості, особливо у вищих навчальних закладах, досліджували Г.Д.Берегова, Р.С.Гуревич, О.М.Семенов, Л.О.Сікорська, Н.Л.Тоцька та інші. Г.Берегова акцентувала увагу на формуванні культури професійного мовлення: «Культура професійного мовлення, безперечно, набувається у процесі спілкування й передбачає раціональне користування мовними й позамовними засобами. Майбутній фахівець повинен з повагою й любов'ю ставитися до слова й грамотно володіти ним, адже слово – це знаряддя праці, розрахованої на активізацію інтелектуальної й емоційної діяльності іншої людини» [2].

Мета нашого дослідження – визначення особливостей формування

комунікативної компетентності майбутніх економістів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Для пошуків оптимальних шляхів саморегуляції і самореалізації найдоцільніше враховувати те підґрунтя, яке є універсальним, доступним, і таким, що ним може скористатись, при бажанні, кожна людина. Такими найпростішими умовами є педагогічні (бо кожен навчається, отримує обов'язкову освіту, здобуває професію), а засобами впливу є мовленнєві: слово, його звучання, наприклад темп і тембр мовлення, стиль і тон вираження тощо. Адже особа, яка спирається на конкретні ідеї, інформацію повинна самостійно, особисто формувати свій шлях до успіху, до омріяної професії. А допомагає їй обирати і долати цей шлях – викладач. Таким чином, педагогіка покликана з'ясувати провідні, найважливіші засади формування основ оптимального варіанту спілкування, основною складовою якого є слово, мовленнєві засоби різних мовних рівнів. Ці засади є найдоречнішими під час формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців економічного напрямку, на них ми спиралися під час дослідження.

Вважаємо за необхідне визначити найважливіші аспекти спілкування, які допоможуть спеціалістам економічного спрямування оволодіти необхідними вміннями:

– опрацювання лексичного багатства мови (лексичного значення слів, доречність використання стійких словосполучень із врахуванням стилів української мови). Мета його засвоєння – адекватне використання, вибір форми, стилю мовлення, який обирається для спілкування, з'ясування питань, визначення психічного настрою, необхідного ставлення до розв'язання спільних питань чи окремих аспектів кожного з них. Джерелом збагачення мовним багатством є академічні друковані і електронні джерела, наприклад педагогічної, економічної тематики;

– вибір способу впливу на формування комунікативних умінь може бути прямим і непрямим. Це залежить від вікових, соціально-психологічних особливостей студентів економічних спеціальностей у конкретних педагогічних

умовах. Способи спілкування повинні змінюватись і в залежності від форм і видів занять. Колективні, групові, індивідуальні заняття вимагають зміни стилю спілкування шляхом вибору відповідних мовних засобів;

– зразки, еталони, приклад викладача у процесі спілкування є ефективними засобами впливу на манеру, стиль, спрямованість спілкування. Але дієвими вони є у паралельному використанні з іншими методами і прийомами;

– врахування психологічних аспектів: позитивних оцінок, висловлювання схвалення, підтримки за допомогою доречного слова, влучного мовного засобу.

Важливою складовою формування елементів мовленнєвої культури є подолання ускладнень, особливо у тій ситуації, коли фахівець потрапляє в нові для нього обставини, може здійснюватись різними засобами, але найпершим, найпростішим і найдоступнішим є слово. Адже воно використовується під час будь-яких обставин: співчуття, радості зустрічі, визначення ситуації як надійної, як сприятливої.

Комунікативна компетентність майбутніх фахівців економічного напрямку є одним із провідних чинників їх успішної професійної діяльності, яка забезпечується знанням мовних та етичних норм і правил, усвідомленням власного комунікативного потенціалу, можливості зацікавити партнера в отриманні послуги, спрогнозувати комунікативну взаємодію і здійснити її в оптимальній для конкретної ситуації формі. Тому на формування таких якостей і спрямована методика формування комунікативної культури майбутніх економістів, яка проектувалася з урахуванням форм теоретичного (лекція, практичне заняття) і практичного (виробниче навчання, заняття у навчальній майстерні, навчально-виробнича і виробнича практика) навчання, а також форм самоосвіти (самостійне вивчення роботи підприємств економічного сектору, спостереження за комунікативною діяльністю працівників цих підприємств, педагогів-викладачів, однокласників тощо) [6].

Для формування комунікативної компетентності фахівців економічного спрямування необхідно добирати методи, які стимулюють активний розвиток

професійно-комунікативних компетенцій під час навчально-виховної й навчально-виробничої діяльності у виші.

Враховуючи основні класифікації методів дидактики, під час занять з української мови (за професійним спрямуванням) вважаємо за необхідне використовувати:

- методи організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності (словесні, наочні та практичні методи, реалізовані індуктивно або дедуктивно під керівництвом викладача чи самостійно в репродуктивному або продуктивному напрямках);

- методи стимулювання і мотивації навчальної діяльності (методи мотивації навчально-пізнавальної діяльності, а також методи стимулювання інтересу до отримання професії);

- методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчальної діяльності студентів (методи усного, письмового і практичного контролю й самоконтролю, а також тестування рівня знань і умінь студентів).

У комунікативного розвитку майбутніх фахівців повинні брати участь усі педагоги, які з ними працюють, тому що в такий спосіб студенти мають змогу щоденно тренуватися в комунікативній діяльності під керівництвом викладачів. При цьому педагогічні методи мають добиратися з урахуванням дидактичної мети, характеру і змісту навчального матеріалу, спрямовуватися на активізацію мисленнєвої діяльності студентів, усвідомлення ними необхідності розвитку професійно-комунікативних якостей, формування навичок оброблення, систематизації, засвоєння професійно значущої інформації, що надходить із різних інформаційних, наукових джерел. У комплексі методів формування комунікативної культури майбутніх фахівців економічного напрямку, за доцільне варто виділити три групи: пізнавальні, тренувальні й методи контролю.

Так, до пізнавальних методів відносимо: метод самостійного навчання (самоосвіта), інформаційно-рецептивний, проблемний методи і метод евристичної бесіди. Розглянемо їх докладніше.

До методів самоосвіти належать передусім такі, що розвивають

рефлексивні якості особистості: самоспостереження, самоаналіз, самотестування, самоконтроль, саморегуляція тощо.

Пропонуємо на заняття з української мови (за професійний спрямуванням) завдання:

1. Прочитайте уривок тексту. Визначте: стиль, функційні ознаки, мовні особливості.

Терміном «економіка» позначають спосіб організації діяльності людей, спрямованої на створення необхідних їм благ, а також науку, що вивчає закономірності поведінки людей в процесі цієї діяльності. Основними дійовими особами господарської діяльності є люди (сім'ї), фірми і держава. Вони координують свою діяльність як на основі прямих контактів, так і взаємодіючи через ринки. Відповідно економічна наука вивчає проблеми організації діяльності ринків, фірм, державних організацій, а також проблеми, пов'язані з сімейної економікою. Це коло проблем відноситься до розділу, званого мікроекономіки. Проблеми, які зачіпають всю економічне життя країни (грошова система і інфляція, безробіття, економічне зростання, зовнішня торгівля і світова економіка), вивчаються макроекономікою [5].

2. Прочитайте речення. Відредагуйте текст (у тексті порушено: лексичні, граматичні, пунктуаційні норми). Доведіть доцільність такого виправлення.

Не товари, а клієнти і взаємини з ними стають ключовими в діяльності як компаній-виробників, так і організацій, що здійснюють роль посередників.

В даний час таку визначальну роль взаємин з клієнтом в компаніях можна обґрунтувати наступними трьома факторами сучасного розвитку ринку:

- 1) посилення конкуренції на ринку товарів і послуг;
- 2) зростання витрат виробництва і реалізації продукції;
- 3) перевищення пропозиції товарів над попитом на них.

У зв'язку з цим доцільно створювати такі умови, щоб угода носила багаторазовий характер і можливо це шляхом встановлення довірчих відносин і забезпечення кращих умов для клієнта. Якщо клієнт компанії буде задоволений

то компанія неодмінно буде у виграві, а виграв будь-якої комерційної компанії як відомо – це отримання прибутку.

Значущість інформаційно-рецептивного методу для формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців-економістів полягає в активізації психічних когнітивних процесів (уваги, сприймання, пам'яті, уяви, репродуктивного мислення) передусім для формування гностичної, мисленнєвої і перцептивної компетенцій гносеологічно-когнітивного компоненту.

3. Прочитайте текст. Перекажіть його із дотриманням мовних норм української мови.

Дуже важливо, щоб кожен співробітник розумів, яка мета стоїть перед всією компанією і які саме завдання і частка відповідальності лежать на його плечах для досягнення поставленої спільної мети. Коли мета і завдання поставлені, управлінцям необхідно розробити механізми мотивації і підвищення зацікавленості співробітників організації в своїй роботі виходячи з їх особливостей і посади, яку обіймають. Наприклад, якщо говорити про вже згаданих менеджерів із продажу, то їх заробітну плату можна сформуванати двома частинами, одна з яких буде фіксованим відсотком з продажів. Більш того, необхідно створювати сприятливі умови для особистісного та професійного зростання співробітників, організовуючи для них навчальні семінари і тренінги на відповідні тематики.

Якщо компанія позиціонує себе як клієнтоорієнтована, то кожен співробітник організації повинен знати, що стоїть за цим поняттям і що потрібно робити, щоб виправдовувати обрану тактику. Організація – це система, в якій кожен її елемент (в нашому випадку – співробітники) повинен розуміти її схему дії і її доцільність, в іншому випадку система не працює.

І, нарешті, дуже важливо встановити зворотний зв'язок зі своїми клієнтами, щоб розуміти, як змінюються їхні потреби, і вдосконалюватися на основі їх відгуків і відповідей. Можна періодично проводити опитування, анкетування і тестування, щоб краще знати і розуміти своїх споживачів.

Для розвитку творчого мислення й накопичення досвіду творчої професійно-комунікативної діяльності у студентів необхідно сформувати в них професійне мислення, під яким слід розуміти здатність майбутнього спеціаліста творчо вирішувати професійні завдання. Важлива роль у формуванні такого мислення належить проблемному методу, суть якого зводиться до створення ситуацій, в яких студенти, спираючись на отримані раніше знання, змушені самостійно шукати рішення.

4. Розгляньте рисунок, складіть тези з теми «Економічний кругообіг».



Для позитивного розв'язання актуальних академічних, науково-дослідницьких, громадських, культурно-просвітницьких питань необхідно створити умови, які б сприяли вступу в контакт з іншими особами (одногрупниками, однокурсниками, активом факультету, викладачами). Із цією метою необхідно використовувати творчі (але конкретні) завдання, наприклад:

- доберіть найбільш вдалу (коректну, ввічливо-шанобливу) форму звернення до викладача, декана, товариша (2 – 3 варіанти);
- заготуйте вітальні листівки-запрошення на день народження президента фірми, в якій Ви хотіли б працювати;
- складіть сценарний план зустрічі закордонної делегації;
- заготуйте текст промови – привітання для керівника Вашої установи, який готується до зустрічі гостей з Румунії;
- напишіть сценарій прийому гостей з Польщі, які прибудуть для відкриття економічного центру у м.Херсоні тощо.

Подібні завдання є надзвичайно ефективними в розвитку комунікативної компетентності студентів, формування індивідуального і групового іміджу під

час спілкування. Такі види завдань сприймаються студентами як фахові та як особистіснокорисні для розв'язання повсякденних проблем. А особливо, поєднання індивідуальних, групових і колективних форм навчання із застосуванням усних, письмових завдань, фізичних вправ є обов'язковою умовою успішного формування умінь спілкування. Приклад і показ, можливість вибору слова, виразу обличчя, міміки, пантоміміки посмішки, тембру можуть застосовуватися у різних варіантах, поєднаннях, але спільною умовою є настрій, установка на позитивне ставлення (приємне враження). Адже в системі освіти в цілому доцільно домагатись високого рівня спілкування на різних рівнях.

Одним із методів, які мають найбільший коефіцієнт активності, є евристична бесіда. Вона належить до методів творчої взаємодії викладача й студентів і передбачає вирішення проблемного завдання за допомогою прямих і непрямих запитань пошукового характеру. Таким чином, викладач скеровує майбутніх спеціалістів на формування нових питань, висновків, правил з опорою на отримані раніше знання і особистий досвід. Під час евристичної бесіди формується допитливість, вміння аргументовано міркувати. Майстерність викладача полягає в тому, щоб серією заздалегідь підготовлених питань спонукати студентів розмірковувати над ними і водночас скерувати їх думки до правильної відповіді та висновків. Наприклад, можна використати питання: «Чому фахівцеві економічного напряму треба мати високий рівень комунікативної культури, адже можна просто підписати контракт?», «Чому підприємствам економічного сектору потрібні фахівці, які вміють вдало налагоджувати контакти?» тощо.

У контексті формування комунікативної компетентності майбутніх спеціалістів-економістів цей метод можна використовувати при вивченні як нормативних, так і професійно-теоретичних дисциплін. Його проблемність забезпечить реалізацію міжпредметних зв'язків у процесі професійної підготовки, а діалогічність сприятиме розвитку особистісно-комунікативної і комунікативно-рефлексивної компетенцій особистісно-рефлексивного компоненту, усіх компетенцій гносеологічно-когнітивного компоненту, а також

лінгво-комунікативної компетенції операційно-технологічного компоненту комунікативної культури майбутніх фахівців економічного напрямку. Ці аспекти і будуть перспективами подальших досліджень.

Список джерел:

1. Берегова Г.Д. Формування комунікативної компетенції студентів-аграріїв / Г.Д.Берегова // Збірник наукових праць. Педагогічні науки. Випуск 31. – Херсон: Видавництво ХДПУ, 2002. – С.243-249.
2. Берегова Г.Д. Українська мова за професійним спрямуванням / Г.Д.Берегова. – Херсон: Олді-плюс, 2011. – 340с.
3. Виноградов В.В. О художественной прозе / В.В.Виноградов. – М.-Л.: Гослитиздат, 1980. – 360 с.
4. Гуревич Р. Професійна спрямованість як принцип навчання у професійно-технічних навчальних закладах / Р.Гуревич, А.Коломієць // Професійно спрямоване навчання і виховання особистості : зб. наук. праць / за ред. Г. П. Васяновича. – Львів : ЛДУ БЖД, 2006. – С. 49–63.
5. Липсиц И.В. Экономика / И.В.Липсиц. – М.: Омега-Л, 2006. – 656с.
6. Руденко Л. А. Формування комунікативної культури майбутніх фахівців сфери обслуговування у професійно-технічних навчальних закладах: монографія / Л.А.Руденко. – Львів : Піраміда, 2015. –342 с.