

УДК 37.0

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ В ПОВЕДЕНИИ ЛИЧНОСТИ

© **Базарова Татьяна Содномовна**

доктор педагогических наук, профессор
Бурятский государственный университет
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а
E-mail: tbazarova@mail.ru

© **Хинзеева Наталья Петровна**

кандидат педагогических наук
Улан-Баторский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова
Монголия, 210351, г. Улан-Батор, пр. Мира, д. 131
E-mail: nadulai777@mail.ru

В данной статье рассматривается проблема формирования и реализации коммуникативного поведения в деловом общении. Авторы считают, что для успешной коммуникации и правильного адекватного поведения во взаимодействии, человеку необходимо сформировать коммуникативную компетентность, реализация которой дает возможность раскрыть: во-первых, коммуникативный потенциал, во-вторых, приобретённые знания, умения, навыки и, в-третьих, активно их использовать в речевой среде. В связи с этим предложены практические рекомендации по формированию коммуникативной компетентности в рамках спецкурса. Внедрение спецкурса позволило реализовать все указанные приёмы и методы повышения эффективности коммуникации, облегчить выполнение коммуникационных задач в общении и регуляции поведения. Авторы статьи считают, что коммуникативное взаимодействие двух партнеров будет успешным, если будет сформирована коммуникативная компетентность, которая оказывает огромное влияние на поведение человека в целом.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникативная компетентность, коммуникативное поведение, деловое взаимодействие, иностранный студент.

Введение. На сегодняшний день в мировом иноязычном сообществе происходят глобальные социокультурные, экономические изменения, которые влияют не только на жизнь общества в целом, но и на мировоззрение и поведение каждого человека. В связи с этим, возникла необходимость решения одной важной задачи — рассмотреть и проанализировать коммуникативное поведение человека в деловом взаимодействии. Категория «взаимодействие» является одним из важнейших способов осмысления, познания окружающего мира, вследствие чего компаративные отношения играют значительную роль в информации, передаваемой или получаемой человеком в вербальной, невербальной, паравербальной коммуникации [9]. Значит, взаимодействие двух людей это процесс получения информации, ее понимания и осмысления, последующей ответной реакции, которая проявляется в поведении личности. Проблема коммуникативного поведения в деловом общении обусловлена тем, что немалая часть сегодняшних студентов в российских вузах — это иностранцы, которые обучаются по стандартам ФГОС российского образования,

в соответствии с которыми вся программа бакалавриата основана на русском языке.

Иностранцам намного труднее адекватно воспринимать реагировать и воспроизводить информацию на русском языке в сложных ситуациях общения: лекции, практические занятия, направленные на профессиональную деятельность студентов; непосредственное профессиональное общение с преподавателем (работодателем, агентом, деловым партнёром и т.д.). По этой причине нами был разработан и апробирован в учебном процессе спецкурс «Коммуникативное поведение в деловом общении», основанный на методике проблемного обучения с использованием инновационных технологий обучения и интерактивных методов, способствующих формированию и развитию коммуникативной компетентности. В соответствии с этим, целью внедрения данного курса является формирование коммуникативной компетентности иностранных студентов.

Цель данной статьи заключается в анализе технологии формирования коммуникативной компетентности в рамках спецкурса.

Методология и методы исследования. Основой изучения коммуникативного поведения явились такие эмпирические методы, как наблюдение, беседы, изучение продуктов деятельности обучающихся.

На поведение человека влияют не только внешние условия, но и внутренние: он постоянно должен предвидеть последствия своего поведения путём самостоятельной оценки. Л. Д. Столяренко пишет, что «человек способен предвидеть возможные последствия своего поведения и избегать тех действий и ситуаций, которые могут привести к негативным для него последствиям» [5]. Коммуникативное поведение рассматривается нами как коммуникативный акт, при помощи которого человек ведёт себя соответственно той информации, которую он получил.

К негативным последствиям коммуникативного поведения можно отнести непонимание собеседника, его неадекватная реакция, дезинформация, дальнейшая передача «квази»-информации и, как следствие, неправильное истолкование информации, исходящей от коммуниканта. Поэтому необходимо целенаправленно формировать коммуникативную компетентность иностранного студента как интегральную характеристику личности, включающую компоненты: коммуникативный потенциал (психофизические и интеллектуальные свойства личности), вариативный компонент (индивидуальный стиль иноязычной речевой деятельности: лингвистические знания и умения на иностранном (русском) языке); коммуникативная активность (стремление личности к самореализации в межкультурном взаимодействии) [2]. Рассмотрим компоненты коммуникативной компетентности подробнее. Коммуникативный потенциал, по нашему мнению, состоит из психофизических и интеллектуальных свойств личности. Во взаимодействии человек опирается, прежде всего, на свои личностные, индивидуальные характеристики, иначе говоря, ориентируется на потенциальные, заложенные и приобретенные в процессе воспитания, свойства. Второй компонент — вариативный компонент или индивидуальный стиль иноязычной речевой деятельности — один из самых важных составляющих речевого поведения. Проецируемое поведение в общении на иностранном языке отражает знания и умения говорящего, что в свою

очередь, соответствует уровню этих компетенций, которые показывают качество его поведения. От третьего компонента, коммуникативной активности личности, зачастую зависит активность общения: активная коммуникация — активность поведения/пассивная коммуникация — пассивность поведения. Однако в деловом взаимодействии личность всё же стремится к активной жизненной позиции, поэтому активность в коммуникации и в поведении — залог успеха планируемого предприятия.

Таким образом, развитость данных компонентов определяют сформированность коммуникативной компетентности личности и способствуют осуществлению речевой деятельности в любом коммуникативном взаимодействии. В предлагаемом нами спецкурсе представлен ряд приёмов, развивающих коммуникативную компетентность и регулирующих коммуникативное поведение [4]. Совокупность таких методов, как наблюдение, беседы, изучение продуктов деятельности обучающихся, позволили нам сделать вывод о том, что коммуникативное поведение студентов напрямую зависит от умения правильно и понятно излагать свои мысли в различных ситуациях общения, т.е. от сформированной коммуникативной компетенции. Далее рассмотрим спецкурс более подробно и определим его влияние на формирование коммуникативной компетентности.

Программа спецкурса включает следующие темы:

1. Как убедить собеседника (открытость для принятия доводов, убедительных аргументов).
2. Обращение за советом.
3. Как решить проблему (вовлечение собеседника в совместную выработку решения)?
4. Мы — Сократы (использование «метод Сократа» или закона трёх «да»).
5. Что такое категоричность в общении и как её избежать?
6. Позитивные вопросы; 7. Сотрудничество (использование в общении «Вы — подход» и «Мы — высказывание»).
8. Как выразить и отстоять своё мнение (использование приема «Я — утверждение»).

Результаты исследования. Данная программа направлена на формирование у студентов возможности свободно оперировать соответствующими понятиями и категориями, достигать определенных целей коммуникации в различных сферах общения на русском языке с учетом социальных и поведенческих ролей в диалогической и монологической формах речи. В связи с этим, в обучении нами используются коммуникативно-творческие задания и приёмы, стимулирующие общение. Спецкурс формирует коммуникативную компетентность, так как, в первую очередь, раскрывает внутренний резерв (коммуникативный потенциал), развивает лингвистические знания и умения (вариативный компонент) и тем самым способствует активности в коммуникации (коммуникативная активность). Таким образом, вместе с обязательными учебными дисциплинами по русскому языку спецкурс способствовал повышению уровня коммуникативной компетентности иностранных студентов.

В рамках спецкурса студенты составляли диалоги, используя эти лингводидактические приёмы, готовили речь к выступлениям, защищали свои проекты и творческие работы по избранным темам. Они старались использовать

и применять на практике слова/выражения, которые передают высказывания, имеющие в себе подтекст, некую предпосылку к действиям, таких как: употребление эвфемизмов, высказывание не категоричного, «мягкого» утверждения, постановка открытых вопросов и т.д. Все упражнения выполнялись в процессе межличностного взаимодействия, так как именно «межличностная коммуникация является лучшим способом обсуждения и решения вопросов, характеризующихся неопределенностью и двусмысленностью» [3].

Если коммуникативная компетенция — это способность человека решать языковыми средствами те или иные коммуникативные задачи в разных сферах и ситуациях общения, то коммуникативный потенциал закладывает эту компетенцию в начале её становления, так как, не имея резерва, невозможно развить компетенцию, и, следовательно, решать коммуникативные задачи.

В связи с этим, в рамках данного спецкурса нами был проведён конкурс среди иностранных студентов по номинациям: «Дипломат», «Я — Сократ», «Я — Позитив», «Самый аргументированный ответ» и т.д. Студенты выражали и отстаивали свое мнение конструкциями Я — утверждение, используя вводные слова: «Я думаю, я считаю, по моему мнению, по-моему, и т.д.», в то же время обращались за советом, оперируя конструкцией совместной выработки решения проблемы: «Как Вы думаете, как Вам кажется, как бы Вы поступили, давайте вместе подумаем, что Вы можете предложить, и т.д.».

Следующий этап конкурса «Избегаем категоричности в общении» помог студентам вспомнить и на практике применить приобретённые знания на русском языке. Например, студентам были даны задания: трансформируйте данные предложения, предложив свой вариант не категоричного утверждения; примите доводы оппонента; согласитесь/не согласитесь с утверждением собеседника и т.д. Для выбора не категоричного утверждения студенты прилагали немало усилий: они записывали варианты ответов, корректировали написанное, старались не повторяться, вспоминали, запоминали слова, которые могли бы звучать не так категорично, но и в то же время с долей критики. Например, категоричную фразу «Вы всегда опаздываете» студенты предложили заменить такими: «Приходите на работу вовремя», «У вас проблемы?» и т.д.

В конкурсе «Наш товар — самый лучший!» «Убедите собеседника купить Ваш товар» студенты в большей степени использовали знания по маркетингу (реклама) и психологии. В данном задании каждой группе студентов были розданы товары, не имеющие большого покупательского спроса: вешалки (плечики), прищепки, магнитики. Каждая группа студентов, выбравшая тот или иной товар, была в то же время и критиком и ответчиком.

Особенно запоминающимся был мини-конкурс «Рекламный слоган», в котором студенты должны были придумать и представить конкурентам рекламный текст на эти виды товаров. Так, например, группа студентов, рекламирующая товар «вешалка», придумала такой слоган: «Мы вместе экономим время». Студенты этой группы реализовали в своей работе принцип сотрудничества, использовали в общении «Вы — подход» и «Мы — высказывание».

Излюбленным приёмом в общении для студентов стал прием «Мы — Сократы» (использование «метод Сократа» или закона трёх «да»). Этот приём позволяет управлять ходом диалога, продумывать структуру фразы с доброжелательно логически-настроенными вопросами.

Заключение. Спецкурс даёт возможность студентам развить свои лингвистические способности, а также раскрыть эмоциональный и поведенческий аспекты, так как человек учится эмоционально реагировать и управлять своим поведением в общении. Студенты стремились развить свою готовность к сотрудничеству, корректировать своё поведение и влиять на собеседника.

Таким образом, характер обмена информацией между людьми определяется тем, что посредством системы знаков партнеры могут повлиять друг на друга. Коммуникативное влияние, которое здесь возникает, есть не что иное, как психологическое воздействие одного участника коммуникативного процесса на другого с целью изменения его поведения или его представлений, знаний о чём-либо [1]. Иными словами, обмен такой информацией обязательно предполагает воздействие на поведение партнёра, а это возможно, если у человека сформирована коммуникативная компетентность, при помощи которой он может успешно взаимодействовать в социальной среде. С этой точки зрения роль и значение коммуникативной компетентности во взаимодействии трудно переоценить.

Литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология: учебник для высших учебных заведений. М.: Аспект Пресс, 2004. 365 с.
2. Базарова Т. С., Хинзеева Н. П. Формирование коммуникативной компетентности иностранных студентов в иноязычной образовательной среде: монография. Улан-Удэ: Изд-во Бурят. гос. ун-та, 2018. 190 с.
3. Скаженик Е. Н. Деловое общение: учеб. пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006.
4. Скаженик Е. Н. Практикум по деловому общению: учеб. пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005. 126 с.
5. Столяренко Л. Д. Основы психологии. Ростов н/Д.: Феникс, 2005. 671 с. С. 71.
6. Хинзеева Н. П. Критерии успешности речевой деятельности у иностранных студентов // Монгольская русистика: нынешнее состояние и перспективы развития: материалы международной науч.-практ. конф. Улан-Батор, 2013. С. 180–186.
7. Хинзеева Н. П. Развитие коммуникативного потенциала в образовательном процессе вуза // Наука и практика Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. М.: Изд-во РЭУ, 2015. № 4(20). С. 37–42.
8. Хинзеева Н. П. Формирование коммуникативной компетентности иностранных студентов // Российское образование за рубежом: традиции, современность и перспективы: материалы науч.-практ. конф. Чебоксары: Интерактив плюс, 2017. С. 77–80.
9. URL: https://studwood.ru/1433990/literatura/teoreticheskie_osnovy_issledovaniya_sravneniya_lingvisticheskoy_kategorii.

ROLE AND IMPORTANCE OF COMMUNICATIVE COMPETENCE
IN THE PERSONAL BEHAVIOR

Tatiana S. Bazarova

Dr of Sci.(Education), Prof., Buryat State University
24a Smolin St., Ulan-Ude 670000, Russia
E-mail: tbazarova@mail.ru

Natalya P. Khinzeeva

Candidate of Science (Pedagogy), senior lecturer,
Plekhanov Ulan Bator branch REU,
Mongolia, 210351, Ulan Bator, Mir Ave., 131
E-mail: nadulai777@mail.ru

The article deals with the problem of formation and implementation of communicative behavior in business communication. The author believes that for successful communication and proper adequate behavior in interaction, a person needs to form communicative competence, the implementation of which makes it possible to uncover: first, the communicative potential, second, acquired knowledge, skills, and, third, actively use them in a speech environment. In this regard, the author offers as a practical recommendation on the formation of communicative competence to use the course of the formation of communicative behavior in business interaction. This course showed that the implementation of all these techniques and methods of work, increases the efficiency of communication, facilitates the implementation of communication tasks in communication and regulation of behavior. The author of the article believes that the communicative interaction of the two partners will be successful if communicative competence is formed, which has a huge impact on the behavior of the person as a whole.

Keywords: communication, communicative competence, communicative behavior, business interaction, foreign student.