

САМОЭФФЕКТИВНОСТЬ В ОБЩЕНИИ СТУДЕНТОВ-МЕНЕДЖЕРОВ И ЕЁ ФОРМИРОВАНИЕ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ

В статье рассмотрены самоэффективность студентов-менеджеров в общении, её значение, структура, содержание, вопросы её формирования в процессе обучения. Выявлены характеристики коммуникативной компетентности студентов на основе критериев умения говорить, умения слушать, знания невербальных сигналов, умения общаться с другими людьми, а также ее взаимосвязь с результатами деятельности, представленной различными показателями.

Ключевые слова: самоэффективность в общении, коммуникативная компетентность, межличностные отношения, система внутренних ресурсов, эффективная коммуникация, формирование самоэффективности.

Разработка проблемы самоэффективности менеджеров является чрезвычайно актуальной, поскольку сегодня требуются руководители, способные решать проблемы управления, осуществлять выбор средств действий и построения определенной стратегии управленческой деятельности, эффективного межличностного взаимодействия. А это, в конечном счете, определяется самоэффективностью менеджера как в предметной деятельности, так и в общении.

Основное, что характеризует труд менеджера-руководителя, – это то, что он, прежде всего, работает с людьми. В процессе решения задач управления ему приходится управлять действиями своих сотрудников для решения поставленных перед ними задач. Управленческая деятельность – это непрерывный процесс взаимодействия руководителя и подчиненных ему сотрудников. Работа с людьми требует от руководителя, чтобы он следовал педагогическим принципам индивидуального подхода. Индивидуальный подход должен учитывать возрастные, половые и психологические особенности личности, от этого зависят как результаты деятельности руководителя, так и успех коллектива, который он возглавляет.

Требования, предъявляемые к будущему руководителю, должны учитываться при подготовке менеджеров во время их обучения в институте. Для этого необходимо формирование во время обучения в вузе самоэффективности в общении студента-менеджера, его коммуникативной компетентности.

Коммуникативная компетентность – это способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми. Для эффективной коммуникации характерны достижение взаимопонимания партнеров и лучшее понимание ситуации и предмета общения. Смысл коммуникации – в той реакции, которую мы получаем со стороны других людей в достижении взаимопонимания. Чтобы убедиться в успехе коммуникации, необхо-

димо иметь обратную связь, сигнализирующую о том, как люди поняли вас, как они воспринимают информацию и как относятся к проблеме.

Коммуникативные процессы – это различные формы информационного и вещественно-энергетического обмена между людьми, которые предпринимаются для установления, укрепления и поддержания связей между ними. Общение – это разновидность коммуникативных процессов, спецификой которых является обмен информацией, чувствами между людьми и возникновение на этой основе разнообразных межличностных влияний. Функции общения многообразны: оно является решающим условием становления каждого человека как личности, используется для осуществления личностных целей и удовлетворения важнейших его потребностей. Общение составляет внутренний механизм совместной деятельности людей и является важнейшим источником информации для каждого.

Межличностные отношения – это совокупность связей между людьми в форме чувств, суждений и обращений друг к другу. Они возникают в результате взаимодействия людей и сопровождаются различными внутренними проявлениями у их участников (переживаниями, симпатиями, антипатиями и т.п.).

Межличностные отношения включают:

- 1) восприятие и понимание людьми друг друга;
- 2) межличностную привлекательность (притяжение и симпатия);
- 3) взаимодействие и поведение (в частности, ролевое).

В коммуникациях каждый из нас участвует ежедневно, но лишь немногие делают это достаточно эффективно. Невозможно переоценить важность коммуникаций в управлении. Едва ли не всё, что делают руководители, чтобы достичь целей организации, требует эффективного обмена информацией. Если люди не будут этого делать, они не смогут работать вместе, формулировать цели и достигать их. Основная цель коммуникационного процесса – обеспечение понимания информации, являющейся предметом сообщений. Руководитель от 50 до 90% своего времени тратит на разговоры, на межличностный обмен информацией. Эффективность этого процесса в значительной мере зависит от его коммуникативной компетентности и его самоэффективности в общении.

Самоэффективность – это интегративное многомерное образование, представляющее собой сплав социальных представлений о собственных возможностях, потенциале и уверенности человека в том, что в конкретной ситуации он сможет проявить свою компетентность и достичь успеха.

Анализ различных подходов к определению самоэффективности зарубежных авторов (А. Бандура, А. Бояринцева, М. Гайдар, Т. Гордеева, Дж. Зиглер, Д. Майерс, Р. Кричевский, Р. Немов и др.) показывает, что в современной психологии исследователи относят этот феномен к разным классам психологических явлений, но чаще всего фигурирует его понимание как убежденности, веры субъекта в свои возможности осуществлять деятельность, а также собственное развитие в ходе достижения стоящих перед ним

целей и задач. При этом они подчеркивают, что качество общения в значительной мере определяет самооффективность людей, которые вступают в процесс взаимодействия с другими людьми.

Цель статьи – раскрыть содержание процесса формирования самооффективности в общении, его сущности и структуры для студентов-менеджеров, как одной из важных и сложных задач, которую необходимо решать в процессе обучения в вузе.

Самооффективность в общении рассматривается нами как система внутренних ресурсов, необходимых для построения эффективной коммуникации в определенном круге ситуаций межличностного взаимодействия. Когда мы вступаем в коммуникацию с другим человеком, мы замечаем его реакцию, и сами реагируем своими мыслями и чувствами. Наше поведение является внутренними откликами на то, что мы видим и слышим.

При этом передача любой информации возможна лишь посредством знаков, точнее, знаковых систем. Существует несколько знаковых систем, которые используются в коммуникативном процессе, а именно:

Вербальный (словесный) – это слова, речь человека, умение слушать и слышать.

Паралингвистический – связанный с речью, но не являющийся ею. Это громкость, быстрота речи, интонации, паузы, смешки, зевки, подкашливание и т.п.

Невербальный (несловесный) – взаимное расположение собеседников в пространстве, их позы, жесты, мимика, направление взгляда, прикосновение, а также зрительные, слуховые и другие сигналы, которые человек передает с речью.

В процессе исследования, проведенного среди студентов-менеджеров третьего курса Национального технического университета “Харьковский политехнический институт”, был использован тест-опросник самооффективности (Дж. Маддукс и М. Шеер, адаптированный А. В. Бояринцевой), который состоит из двух шкал – самооффективности в сфере предметной деятельности и в сфере общения. Он направлен на измерение представления студента-менеджера о собственной компетентности, эффективности и личностной влиятельности. Кроме того, было проведено изучение отношения студентов к профессии, удовлетворенность ею, диагностика учебной мотивации (А. А. Реан, В. А. Якунин, Н. Ц. Бадмаев), а также изучение мотивации успеха и боязни неудачи (тест МУН А. А. Реана), тест “Способность самоуправления”, разработанный в лаборатории психологических проблем высшей школы Казанского университета под руководством Н. М. Пейсахова и личностных характеристик студентов на основе их Я-концепции.

Как показывают результаты исследования, самооффективность студентов в сфере общения довольно низкая: у 33,7% она находится на уровне ниже среднего, у 46,3% – на среднем уровне и только у 20% студентов – на высоком уровне.

Представляет интерес характеристика коммуникативной компетентности студентов с различным уровнем самооффективности в общении. При этом критериями таковой мы взяли умение говорить, умение слушать, знание невербальных сигналов, умение общаться с другими людьми. Результаты исследования приведены в табл. 1 (в процентах к общему числу испытуемых).

Следует отметить, что знание невербальных сигналов подавляющее число студентов отметили как частичное, то есть недостаточное. Согласно исследованиям значительная часть речевой информации в процессе общения воспринимается через язык поз и жестов, звучание голоса. Американский ученый А. Мехребиен установил, что 55% сообщений воспринимается через выражение лица, позы и жесты, а 38% – через интонации и модуляции голоса [4, с. 179]. Другими словами, то, как мы говорим, важнее слов, которые мы произносим. Поэтому студентам необходимо не только знание значения невербальных сигналов, но и постоянная тренировка их распознавания.

Таблица 1

Характеристика коммуникативной компетентности студентов с различным уровнем самооффективности в общении, %

Уровень самооффективности в общении	Умение говорить		Умение слушать		Умение общаться с другими людьми	
	В полной мере	Частично	В полной мере	Частично	В полной мере	Частично
Ниже среднего	44,4	48,2	70,3	26,0	55,5	40,8
Средний	50,0	50,0	63,8	36,2	58,3	41,7
Высокий	75,0	25,0	68,8	31,2	93,3	6,7

По результатам исследования, наиболее заметно различие между студентами с разным уровнем самооффективности проявляется в умении достаточно хорошо говорить и общаться с другими людьми. При этом два студента, имеющие уровень самооффективности в общении ниже среднего, признались, что умение говорить у них отсутствует. И, наоборот, для 75% студентов с высоким уровнем самооффективности характерно это умение.

Умение общаться с другими людьми занимает промежуточное положение между умением говорить и умением слушать. Один студент, имеющий низкий уровень самооффективности, считает, что он не умеет общаться с другими людьми. Подавляющее число студентов с высоким уровнем самооффективности умеют это делать.

Известно, что человеческое общение на три четверти состоит из общения речевого (речь и слушание). Речь как средство общения одновременно выступает и источником информации, и способом взаимодействия с собеседником. В структуру речевого общения входят значение и смысл фраз, речевые звуковые явления (темп речи, интонация, дикция и т.п.), выразительные качества голоса.

Язык является частью процесса мышления, а также, что более очевидно, средством общения с окружающими. Мы можем много узнать о себе и о других по словам и речевым оборотам, которые используем. Любая деятельность по общению является способом достижения обратной связи. Если мы не сможем достичь её, мы должны заменить слова, которые употребляем.

К сожалению, в настоящее время искусство человеческого языка и его возможности просто забыли или отбросили за ненадобностью, оставив сухой и холодный трафаретный язык, которым насыщены разговоры и тем более деловые беседы. Знание правильного подхода к речи и приемов использования языка представляет собой довольно сильное средство влияния на психику другого человека.

Овладев мастерством литературной и деловой речи, можно:

- улучшить качество передаваемой и получаемой информации;
- повысить уровень понимания при деловом общении;
- решать самые разные проблемы при помощи последовательно задаваемых вопросов;
- не придавать слишком большого значения поверхностной структуре языка и контролировать свои эмоции;
- научиться определять, что думают и чувствуют другие;
- оказывать влияние на результаты переговоров;
- увлечь партнеров своими идеями и убедить их в своей правоте.

Эффективная коммуникация возможна, когда человек одинаково точен, принимая и отправляя сообщения. Необходимо уметь слушать, что, по результатам исследования, присуще студентам в большей мере, чем умение говорить. При этом заметных различий в умении говорить между студентами с разным уровнем самооффективности не наблюдается.

К сожалению, немногие научились слушать с той степенью эффективности, которая возможна. Судя по результатам исследования, студенты не придают большого значения тому, как они слушают. Выработке самого востребованного навыка – эффективно слушать – уделяется обычно мало внимания.

Практика показывает, что в улучшении навыков слушания таится ключ к повышению эффективности вербальных коммуникаций. Слушать означает больше, чем слышать. По существу, слышать – это означает физически воспринимать звук. “Слушать” же означает воспринимать звук определенного значения. Человек слышит в результате автоматической реакции органов чувств и нервной системы. Слушание – волевой акт, включающий также и высшие умственные процессы. Мы слышим, конечно, многое, но прислушиваемся лишь к незначительной части того, что слышим.

Слушание – активный внутренний процесс, оно предполагает желание услышать, внимание к собеседнику. Прежде всего, надо хотеть слушать. При этом слушать и воспринимать означает не отвлекаться, поддер-

живать постоянное внимание, устойчивый визуальный контакт и использовать невербальные сигналы как средство общения.

Умение слушать является критерием коммуникабельности человека. Исследования показывают, что не более 10% людей умеют выслушивать собеседника спокойно и целенаправленно. Принято считать, что при установлении контакта главная роль отводится говорящему. Но анализ показывает, что в эффективном общении большая роль отводится умению слушать. Основной причиной неэффективного общения является неумение слушать, поскольку именно оно приводит к недоразумениям, ошибкам и проблемам. В процессе совершенствования своих привычек слушать основное внимание следует уделить положительным рекомендациям, направленным на формирование этого умения.

По-видимому, приведенные выше суждения студентов о своей коммуникативной компетентности являются достаточно субъективными. Об этом говорят результаты учебно-познавательной деятельности студентов, как когнитивные (ценности, убеждения, успеваемость, повышение квалификации), поведенческие (самоэффективность в предметной деятельности, усилия, направленные на достижение желаемого результата, наличие мотивации достижения, способность к самоуправлению), так и эмоционально-оценочные (удовлетворенность выбором профессии, уверенность в себе, самооценка). В табл. 2 приведены некоторые из них.

Таблица 2

**Взаимосвязь самоэффективности студентов в общении
с результатами деятельности**

Уровень самоэффективности в сфере общения	Самоэффективность в предметной деятельности, баллы	Средний балл успеваемости	Наличие мотивации достижения, баллы	Способность к самоуправлению, баллы	Удовлетворенность выбором профессии, %
Ниже среднего	32,8	4,37	13,7	26,2	51,3
Средний	24,5	4,34	14,0	27,8	53,5
Высокий	38,8	4,26	14,2	27,2	55,5

По результатам исследования заметных различий между студентами с различным уровнем самоэффективности в общении не наблюдается. Благоприятное воздействие на этот показатель оказывает удовлетворенность своей профессией, а также наличие мотивации достижения. Мотивация достижения связана, прежде всего, с преимущественной ориентацией личности на достижение в ней успеха или избегание неудачи. В процессе исследования была проведена диагностика мотивации достижения и избегания неудачи студентов. При этом установлено, что мотивация достижения у них ещё слабо выражена. Так, у 12,5% студентов наблюдается мотивация избегания неудачи, у 25% – мотивационный полюс не выражен, у 47,5% – выражен слабо, и только 15,0% студентов имеют высокий уровень мотива-

ции достижения. Её формирование является одним из условий повышения коммуникативной компетентности студентов-менеджеров, так как увеличивает заинтересованность студентов в повышении своей эффективности в общении.

Что же касается таких объективных характеристик, как самоэффективность в предметной деятельности, способность к самоуправлению, наличие усилий для достижения успеха и средняя успеваемость студентов, то прямой взаимосвязи с самоэффективностью в сфере общения не наблюдается. Это позволяет сделать вывод о том, что общение с людьми студенты рассматривают пока как межличностное взаимодействие вне связи с процессом обучения и его результатами. И достижение успеха в своей будущей профессиональной деятельности они пока также не связывают с формированием этого умения.

Понимание важности процесса межличностного взаимодействия в будущей профессиональной деятельности должно способствовать росту коммуникативной компетентности студентов.

Для формирования самоэффективности студентов-менеджеров в процессе общения им при изучении основ психологии на третьем курсе читают лекции на тему: “Психология общения” и “Коммуникативная компетентность”. В это же время им преподают курс “Психология управления”. Но, по-видимому, этого недостаточно для профессиональной подготовки будущих менеджеров. Деловое общение имеет свою специфику, которая студентам пока не известна. Следует прочитать им курс лекций по деловому общению, которое для будущего менеджера является сферой его профессиональной деятельности. Необходимо знать о его функциях, его стратегии и тактике, его особенностях. Для обретения навыков эффективного общения необходимо проведение деловых игр и тренингов.

Выводы. Таким образом, межличностное взаимодействие вытекает из полномочий и статуса руководителя в организации, каковым станет будущий специалист. Его роль в профессиональной деятельности делает его центром сосредоточения и обработки информации, что даст ему возможность эффективно действовать. Принимая на себя межличностные и информационные роли, руководитель должен принимать решения. Всё это вместе взятое определяет объем и содержание работы менеджера, которое требует формирования во время обучения в вузе его самоэффективности как в предметной деятельности, так и в процессе общения.

В связи с этим возрастает роль профессионального обучения в подготовке квалифицированных менеджеров. В последнее время требования к уровню подготовки будущих менеджеров возрастают. От них требуется не только конкретизация технических проблем, поиск способов их решения, но и оперативное управление персоналом, достижение взаимопонимания с работниками усиление их мотивации, направленной на достижение успеха в профессиональной деятельности.

В процессе обучения в вузе базовые знания студентов-менеджеров должны дополняться спецкурсами по формированию и развитию коммуникативной компетентности, оказанием помощи со стороны преподавателей-тренеров, направленной на их личностный рост. Программы должны предусматривать обучение таким формам поведения, как умение слушать, влиять на других людей, помогать им. В процессе межличностного общения люди сознательно или неосознанно влияют на психическое состояние, чувства, мысли и поступки друг друга. Целью влияния должна быть реализация человеком таких личностных потребностей, как потребность в уважении, одобрении, принадлежности к группе, общественном признании, психологическом комфорте и др.

Список использованной литературы

1. Андреева Г. М. Общение как восприятие людьми друг друга. Психология влияния : хрестоматия / Г. М. Андреева. – Санкт-Петербург, 2000.
2. Атвагер И. Я вас слушаю. Советы руководителю. Как правильно слушать / И. Атвагер. – Москва : Экономика, 1988.
3. Куницина В. Н. Межличностное общение / В. Н. Куницина, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. – Санкт-Петербург, 2001.
4. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – Москва : Дело, 1992. – 702 с.
5. Пиз А. Язык жестов / А. Пиз. – Воронеж, 1993.
6. Психология делового преуспевания / руководитель автор. кол. А. Н. Колесников. – Москва : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2001. – 304 с.
7. Томпсон П. Самоучитель общения / П. Томпсон. – Санкт-Петербург : Питер, 2002. – 256 с.

Стаття надійшла до редакції 10.09.2014.

Кобець В.М. Самоефективність у спілкуванні студентів-менеджерів та її формування в процесі навчання

У статті розглянуто самоефективність студентів-менеджерів у спілкуванні, її значення, структуру, зміст, питання її формування в процесі навчання. Виявлено характеристики комунікативної компетентності студентів на основі критеріїв уміння говорити, вміння слухати, знання невербальних сигналів, вміння спілкуватися з іншими людьми, а також її взаємозв'язок з результатами діяльності, відображеної різними показниками.

Ключові слова: *самоефективність у спілкуванні, комунікативна компетентність, міжособистісні відносини, система внутрішніх ресурсів, ефективна комунікація, формування самоефективності.*

Kobets V. Student-Managers' Self-Efficacy in Communicating Process and its Formation in the Learning Process

The article describes the self-efficacy of students-managers in communicating, its meaning, structure, content, matters of its formation in the learning process.

Communicative competence is the ability to establish and maintain necessary contacts with other people. The meaning of effective communication is the reaction that we get from other people, mutual understanding achieving. Communicative processes are different forms of informational, material and energy exchanges between people, which are taken to establish, strengthen and maintain the connections between them.

The purpose of this article is to reveal the content of the formation of self-efficacy in communication process, its essence and structure for students-managers, as one of the most important and difficult tasks that must be solved in the course of their study at the university.

Self-efficacy in communication process is considered as a system of internal resources, which are necessary for effective communication in a certain range of situations of interpersonal interaction.

The self-efficacy questionnaire test was used in the study, which has conducted among students-managers of the third year study of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute". It consists of two scales: self-efficacy in the field of object-related activity, and self-efficacy in the field of communication. The survey results show that self-efficacy of students in the field of communication is quite low: one-third of respondents has it below average, 46.3% of them has it on average, and only one-fifth of the students has it at a high level. An overwhelming number of students noted knowledge of non-verbal signals as a partial, which is insufficient.

For formation of students-managers self-efficacy in the process of communication it is necessary to read them course of lectures on business communication, which is the sphere of professional activity for future managers.

Key words: *self-efficacy in communication, a system of internal resources, effective communication, the formation of self-efficacy.*