

КОВАЛЕВА В. И., РАКИТИНА Л. И.

Харьковский национальный экономический университет

РОЛЬ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Обосновано необходимость развития коммуникативной компетентности персонала в условиях экономики знаний и предложено по оценке коммуникативных навыков персонала. Раскрыто содержание коммуникативной компетентности персонала. Представлены параметры коммуникативного лидера-руководителя. Определена область производственной практики, где необходима коммуникативная компетентность коммуникативного лидера-руководителя. Обоснована связь понятий коммуникативная цель, коммуникативная стратегия, коммуникативная практика с коммуникативной компетентностью руководителя и его взаимодействием с коллективом.

Ключевые слова: информация, знания, коммуникативная компетентность, коммуникативный лидер, коммуникативная компетентность лидера-руководителя, коммуникативная цель, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика.

Введение

Современное общество за последнее время претерпело огромные изменения во всех областях человеческой жизни – политической, экономической, технологической, социальной и психологической. Результатом таких изменений стали различные технологические инновации. В конце XIX - начале XX вв. на мировом рынке появились такие креативные технологические изобретения как телефон, банкомат, телевизор, кредитные

карты, а в конце XX и начале XXI века среди технологических нововведений были отмечены такие как развитие микроэлектроники, массовое распространение компьютеров, развитие электронных коммуникаций, появление виртуальной реальности, биотехнологий и еще масса кардинальных инноваций. Все это ознаменовало начало развития экономики нового типа, которое сейчас ученые называют как экономику знаний. Главными определяющими ресурсами этой экономики стали знания и человек как их носитель. Именно этим критериям присвоили роль главного источника дохода организации, которые позволяют создавать и использовать новые виды прогрессивных технологий и обеспечивать их дальнейшее развитие.

Постановка проблемы

Целью данной статьи является обоснование необходимости развития коммуникативной компетентности персонала в условиях экономики знаний и предложение по оценке коммуникативных навыков персонала.

Достижение этой цели будет реализовано поэтапно. Сначала определим способности и умения, которые включает коммуникативная компетентность. Потом охарактеризуем параметры коммуникативного лидера-руководителя и как они должны проявляться в его коммуникативной деятельности в организации. Затем установим связь таких понятий как «коммуникативная цель», «коммуникативная стратегия», «коммуникативная тактика» с коммуникативной компетентностью руководителя и его взаимодействие с коллективом. Разработаем единый мониторинг, который будет включать в себя ряд блоков, диагностирующих владение теоретической, тактической и практической базами коммуникации.

Изложение основного материала

Формирование и развитие экономики знаний привело к невиданному подъему роли и значения информации в ней. Главным образом этому поспособствовало: рост числа персональных компьютеров, мощное развитие программного обеспечения; рост систем связи и количества действующих

информационных систем; повышение уровня загрузки больших вычислительных машин и т.д. Информация стала одним из главенствующих факторов конкурентоспособности организации в быстро меняющихся условиях окружающей среды.

Среди ученых, которые сегодня занимаются вопросами коммуникативной компетентности в условиях экономики знаний можно выделить таких как: Б. Мильнер, В. Смирнов, А. Блинников, З.Румянцева, В. Снеткова, Ф. Шаркова, Г. Бакирову, О. Шуть и др. Однако еще существует большой круг проблем, который требуют дополнительного рассмотрения и исследования.

О. Шуть в своей работе «Информация как экономический ресурс» отмечает, что: «информация, как и знания, несомненно, представляют собой разновидность экономических благ, они удовлетворяют потребности индивидов, а также используются в качестве экономических ресурсов, поскольку при всем изобилии информации существуют факторы, ограничивающие как возможности ее получения и создания новых знаний, так и возможности ее использования» [1].

Формы существования информации в экономике разнообразны – она материализуется в различных предметах, в т. ч. в средствах труда, существует в неовещественной форме, в т. ч. в виде информационных продуктов и услуг, знаний людей. Понятия знания и информация следует отделять друг от друга. Знания являются переработанной информацией, они отражают связь между явлениями, выявленные закономерности и отвечают на вопросы "как?", "почему?" и т. п., в то время как информация дает ответ на вопросы "что?", "кто?", "когда?", "где?" [2].

Информация в условиях экономики знаний приобрела ряд особых характеристик, которые необходимо знать организации для ее выживания в конкурентной среде, а именно:

- ✓ информация в условиях экономики знаний быстро теряет свою актуальность;

- ✓ информация в условиях экономики знаний быстро меняет свое направление (от вертикальных до горизонтальных и наоборот);

- ✓ скорость движения информационных потоков в экономике знаний очень велика и требует мгновенной реакции для эффективного ее использования.

В силу этих причин уровень коммуникативной компетентности персонала становится обязательным и необходимым условием компетентного специалиста работающего в организации в условиях экономики знаний.

Говоря о понятии «коммуникативная компетентность» стоит остановиться на способностях и умениях, которое оно включает (рис. 1).



Рис. 1. Содержание коммуникативной компетентности персонала (узгальнено: [3; 4])

Как мы уже отмечали выше коммуникативная компетентность персонала начала приобретать особенно важную роль в условиях экономики знаний, а для руководителя организации владение коммуникативной компетентностью в условиях экономики знаний стало недостаточным для его профессиональной деятельности. Если руководитель хочет достигнуть высоких результатов для своей организации он должен взять на себя обязанность соответствовать роли «коммуникативного лидера», т.е. личности, которая обладает определенными индивидуальными свойствами и характеристиками (коммуникабельностью, харизмой и др.),

обеспечивающими ее постоянное высокое умение выбрать схему подачи и передачи информации в конкретной производственной ситуации и адекватно воспринимать информацию различного вида.

Говоря о коммуникативном лидере стоит остановиться на параметрах которые будут его характеризовать и как они должны проявляться в его коммуникативной деятельности в организации (рис.2).



Рис 2. Параметры коммуникативного лидера-руководителя
(узгальнено: [4; 5])

Однако остановимся более подробно где и как проявляется коммуникативная компетентность коммуникативного лидера-руководителя.

Г. Бакирова в своей работе «Тренинг управления персоналом» делает акцент на таких областях производственной практики, где коммуникативная компетентность руководителя безусловна (рис. 3). Во-первых, при приеме на работу, ведь для достижения целей этого направления деятельности руководителя нужно как минимум проинформировать потенциального работника о предприятии, а именно: о его местоположении, размерах, производственных возможностях, конкуренции, финансовом положении, о внутренней политике, об организационной структуре, о той должности, на которую отбирают работника, о его перспективах и т. д.

В то же время нужно узнать как можно больше о претенденте, чтобы установить, в какой мере он соответствует требованиям на вакантную должность.

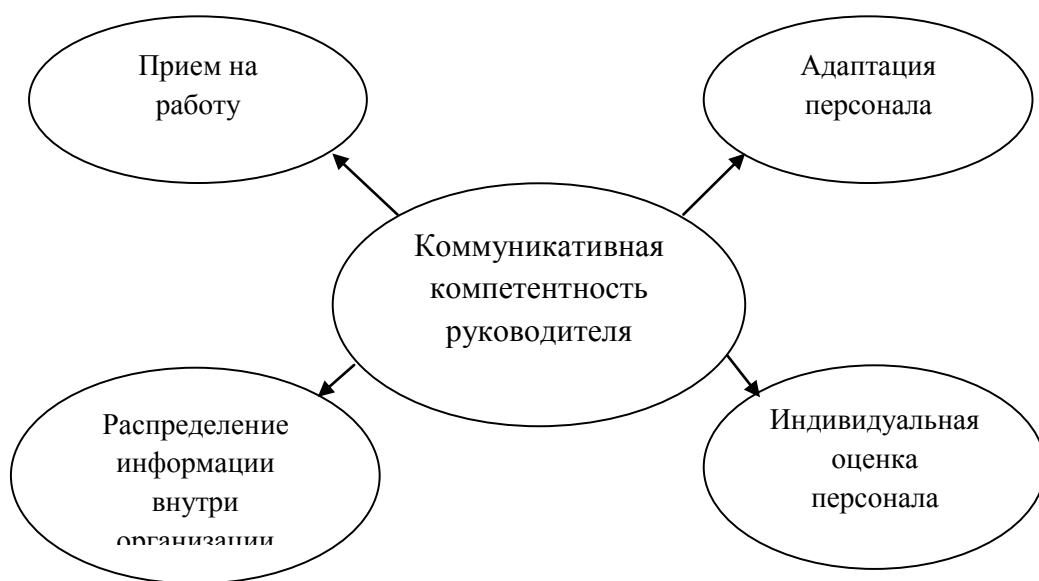


Рис. 3. Области производственной практики, где необходима коммуникативная компетентность коммуникативного лидера-руководителя

Во-вторых, коммуникативная компетентность руководителя очень важна при адаптации персонала. В этом случае цель руководителя – сформировать у работника чувство уверенности, ощущение организации как своей, не чужой.

Для этого: «новичка» знакомят с коллегами, с менеджерами и подчиненными; объясняют политику и философию организации; сообщают о процедурах, условиях работы, режиме работы; показывают основные подразделения, помещения и т. п. Если перечисленные задачи выполняются недостаточно хорошо, «новичок» может очень скоро уволиться, а это становится проблемой, если он является квалифицированным и необходимым для организации сотрудником. В-третьих, коммуникативная компетентность руководителя является необходимым условием при распределении информации внутри организации. Для выполнения работы персоналу организации нужна: своевременная, неискаженная, надежная информация, которая обычно передается в процессе коммуникации по одному из возможных каналов. Кроме этого, работник нуждается в информации о своей роли в организации, о том, как он справляется с заданиями. И наконец, индивидуальная оценка персонала тоже область, где без коммуникативной компетентности не обойтись, так как это одно из важных направлений в управлении человеческими ресурсами. Для того чтобы процесс оценки не превратился в возможность лишней раз покритиковать работников, важно научить менеджеров делать это грамотно: так, чтобы после беседы у работников мотивация к труду повысилась, а не понизилась. Таким образом, оценка также осуществляется и в процессе коммуникации менеджера с подчиненными. И качество этой коммуникации очень важно для решения многих вопросов, а главное — для формирования мотивации работать лучше и для достижения удовлетворенности трудом у работников [6].

Коммуникативная компетентность напрямую связана с коммуникативной целью, коммуникативной стратегией и коммуникативной тактикой. Е. Ключев в своей работе «Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия» дает трактовку этим понятиям: 1. Коммуникативная цель – это стратегический результат, на который направлен коммуникативный акт; 2. Коммуникативная стратегия – это часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения определенной коммуникативной цели; 3. Коммуникативная тактика – это совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия [7].

Связь этих понятий с коммуникативной компетентностью руководителя и его взаимодействием с коллективом представлена на рис.4.

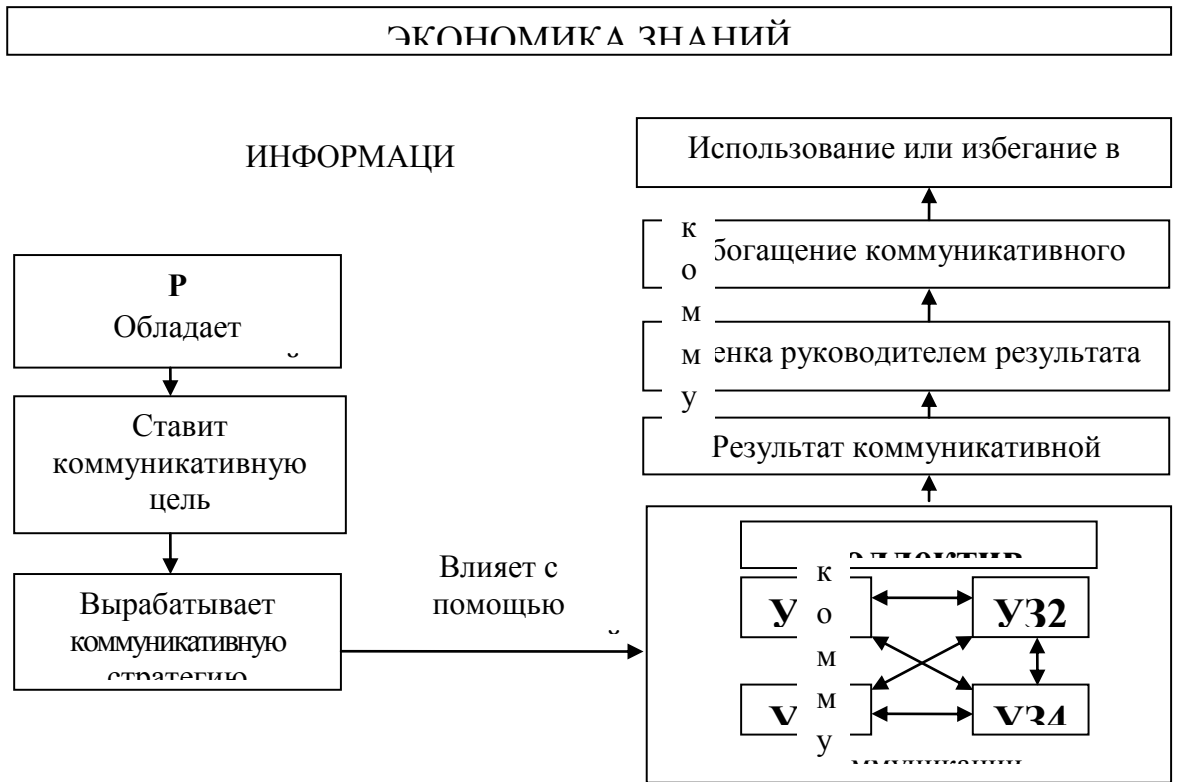


Рис. 4. Влияние коммуникативной компетенции руководителя на его взаимодействие с коллективом

(Условные обозначения: Р – руководитель; УЗ – умения и знания члена коллектива)

Исходя из рисунка, руководитель, используя коммуникативную компетенцию, ставит перед собой стратегическую и тактическую коммуникативные цели, определяя коммуникативную перспективу, то есть возможность вызвать желаемые последствия в реальности.

Далее руководитель вырабатывает коммуникативную стратегию, включающую знания о своих подчиненных (их особенностях характера, поведения, мотивов, способностей, возможностей и т. д.). Эта стратегия преобразуется в коммуникативную тактику, включающую знание, понимание и осознание способов коммуникации, воздействия на группу подчиненных для достижения целей организации. С ее помощью руководитель оказывает влияние на свой коллектив, обогащая умения и знания подчиненных.

Результат такой коммуникативной тактики может носить положительный или отрицательный характер, поэтому одной из важных целей руководителя является ее оценка, то есть осознание и анализ влияния данной тактики, использованных способов коммуникации на отдельного подчиненного и на коллектив в целом. Это обогащает коммуникативный опыт руководителя и позволяет использовать или, напротив, избегать конкретную коммуникативную тактику в своей управленческой деятельности.

Таким образом в силу того, что значение коммуникативной компетентности в условиях экономики знаний является необходимым и обязательным условием, встает вопрос о ее оценке. На сегодняшний момент существует достаточное количество различных методик, которые в той или иной мере диагностируют коммуникабельность, коммуникативные навыки, коммуникативные тактики и т.п. Однако все эти методики целесообразно свести к единому мониторингу, который будет включать в себя ряд блоков, диагностирующих владение теоретической, тактической и практической базами коммуникации (рис.5).

В первом блоке «Анализ и оценка теоретической коммуникационной базы» целесообразно анализировать и оценивать: особенности вербального и невербального поведения в процессе коммуникации; типы взаимодействия в процессе коммуникации; особенности влияния субъективных интересов, психологического состояния человека, его опыта, ожиданий от процесса коммуникации; использование или игнорирование эмоций в коммуникации; структура и функции коммуникативного акта; структура, фазы и задачи ведения диалога и т.д.

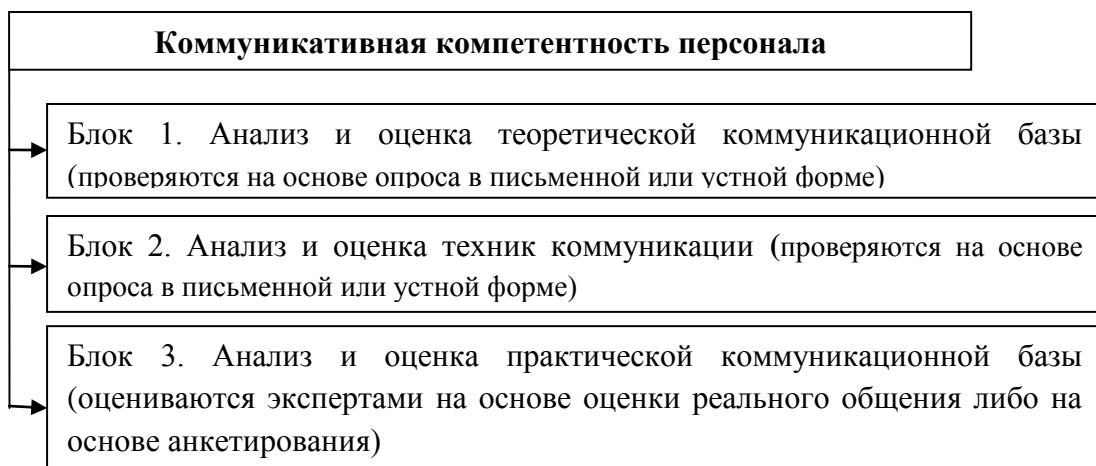


Рис. 5. Анализ и оценка коммуникативной компетентности персонала

Во втором блоке «Анализ и оценка техник коммуникации» необходимо анализировать и оценивать: активное и пассивное слушание; технику синхронизации, то есть учета состояния и поведения собеседника; различные стратегии ведения диалога; технику снятия разногласий собеседников (объяснить смысл, описать правила и условия применения, дать образец); техники снятия эмоционального напряжения; технику вопроса; технику интерпретации; технику паузы; технику поэтапного согласия и т. д.

В третий блок «Анализ и оценка практической коммуникационной базы» стоит включить анализ и оценку: умений взять на себя инициативу начала диалога и его ведения; умение понять психологические особенности собеседника, определить конгруэнтность его поведения, его желание или нежелание продолжать разговор, его способность (готовность) изменить свою позицию и т. п.; при наличии или возникновении эмоционального напряжения, мешающего диалогу, — умение выровнять его без снижения темпа и эффективности ведения разговора; при убеждении человека — умение выяснить его позицию и отношение к теме, цели, обстоятельствам и прочим аспектам разговора; умение дать собеседнику обратную связь по всем аспектам разговора; умение скорректировать поведение собеседника; умение достигать запланированной цели диалога; умение выступить в роли арбитра

между конфликтующими сторонами; умение понять их требования; умение найти конструктивную линию взаимодействия всех сторон; умение управлять ходом диалога и закончить его в нужный момент и др.

Заключение

Дальнейшие исследования в этой предметной области необходимо сосредоточить на детальной проработке содержания методик оценки блоков мониторинга для руководителя и персонала организации, а также на изучении роли и места коммуникативного лидера внутри организации, работающей в условиях экономики знаний.

Литература

1. Шуть О. Н. *Информация как экономический ресурс* <http://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn02/08.shtml>.
2. Климов С. М. *Интеллектуальные ресурсы общества*. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2002. с. 56.
3. Дороніна М. *Соціальна психологія. Навчальний посібник у схемах і таблицях* / М. Дороніна, І. Жданова, Г. Полякова, В. Тютлікова. Харків: Вид. ХНЕУ, 2009. 128 с.
4. Шарков Ф. И. *Основы теории коммуникации. Учебник*. – М.: Издательский Дом «Социальные отношения», издательство «Перспектива», 2002. – 246 с.
5. Конечкая В. П. *Социология коммуникаций. Учебник*. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
6. Бакирова Г. Х. *Тренинг управления персоналом*. – СПб.: Речь, 2004. – 400 с.
7. Клюев Е. В. *Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия*. – М.: ООО Изд-во Символ-Плюс, 2002. – 317 с.