

## STUDYING THE NEEDS OF THE AUDIENCE AND INVOLVING THE GENERAL POPULATION IN THE COMMUNICATION PROCESS

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-042-1-21>

### ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

**Барабанова Н. Р.**

*кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри журналістики*

**Грушевська Ю. А.**

*кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри журналістики  
Національний університет «Одеська юридична академія»  
м. Одеса, Україна*

Одна з найважливіших функцій соціальної, ділової, навчальної комунікації – організація взаємодії у різних ситуаціях спілкування у тій чи іншій сфері, а конкретніше – формування знань, умінь і навичок, що забезпечують цю взаємодію. Про залучення широких верств населення до комунікаційного процесу все частіше говорять не стільки теоретики, скільки практики комунікації у різних сферах соціальної та професійної діяльності.

Активність людини у трудових процесах залежить від рівня її соціалізації, а також від комунікативної компетентності, обумовленої досвідом міжособистісного спілкування особистості, рівнем її навченості, вихованості та розвитку.

На етапі навчальної і професійної соціалізації людини у вищі передбачається розвиток здатності встановлювати та підтримувати необхідні контакти з іншими людьми, що сприяє вирішенню проблем, досягненню цілей підготовки до майбутній професійній діяльності.

Кожна людина має власний комунікативний потенціал, тобто індивідуальну компетентність у спілкуванні. Однак поняття «професійна компетентність» потребує від індивіда певних знань та умінь, що пов'язані, з одного боку, з загальнокультурними традиціями

взаємодії у будь-якій сфері та ситуації, а з іншого – розуміння тих специфічних цілей і умов діяльності, в яких застосовуються як професійні, так і загальнокультурні знання.

Комунікативний потенціал кожної особистості містить комунікативні властивості (розвиток потреби у спілкуванні, ставлення до способу спілкування) та комунікативні здібності (здатність володіти ініціативою в спілкуванні, здатність проявити активність, емоційно відгукуватися на стан партнерів по спілкуванню, формулювати та реалізувати власну індивідуальну програму спілкування тощо).

Можна стверджувати, що для ефективнішої комунікації на кожному етапі соціалізації особистості необхідно розвивати (а перше – формувати) комунікативну культуру – систему індивідуальних якостей (творче мислення, культуру мовленнєвого впливу, культуру спілкування, культуру емоцій).

Для нашого дослідження становить інтерес проблема формування комунікативної культури особистості у період підготовки до активної участі у майбутній професійній діяльності. Соціологи і психологи пов'язують її з розвитком умінь спілкування та здійснення управління цим процесом у групі, колективі, команді.

Крім того комунікативна компетентність визначається як здатність здійснювати мовленнєву діяльність, як реалізація комунікативної поведінки на основі системи компонентів: мотиваційного (мовленнєва поведінка), когнітивного (знання), оперативного (подолання протиріч, запропонованих змістом навчання).

Взаємодія у колективі може відбуватися на різних рівнях (між-особистісному, груповому, суспільному та ін.), однак і керівники, і співробітники організації неодмінно демонструють соціально-ділову і комунікативно-мовленнєву компетентність, що ґрунтується на соціальних, професійних, а також мовленнєвих знаннях і умінях. Необхідність здобуття цієї компетентності обумовлює етапи навчальної, соціальної, а пізніше – професійної адаптації людини в трудовому колективі.

Сприятливий клімат у компанії, установі, навчальній групі характеризується наступним чином [3]:

- цінності та відносини в колективі відповідають в основному цінностям і завданням суспільства, тобто соціально схвалюються, і одночасно відповідають цінностям і завданням організації;

- у членів колективу досить розвинена потреба у праці на благо суспільства як сфері самоактуалізації особистості;

- розвинене творче ставлення до праці, заохочується ініціатива;

- в міжособистісних відносинах панують взаємна довіра та повага

один до одного;

- групова діяльність ефективна, колектив характеризується високим рівнем згуртованості;
  - існує достатня взаємна інформованість щодо значущих питань;
  - існують взаємовиручка і взаємна відповідальність.
- Несприятливий, нездоровий клімат характеризується так:
- переважання рвацтва (побільше взяти від суспільства, менше дати);
  - неповага до товаришів;
  - придушення творчості, ініціативи («Тобі що, більше всіх треба?»);
  - байдужість і черствість у спілкуванні («Моя хата з краю ...»);
  - чвари, плітки, підсиджування;
  - неможливість привести до дії груповий потенціал;
  - падіння результативності;
  - взаємне приховування, «кругова порука» тощо.

Можна припустити, що у молодого фахівця, який потрапив в несприятливий колектив, процес соціальної та професійної адаптації може проходити досить болісно. Крім того, не маючи уявлення про характеристики колективу із сприятливим кліматом, молода людина під час працевлаштування, або переходу на нову роботу, перенесе на новий колектив уже складені уявлення про норми соціально-професійної взаємодії.

У багатьох працях теоретиків і практиків соціальних комунікацій доводиться пряма залежність між рівнем соціально-комунікативної компетентності людини та результатами її професійної активності. Комунікативний процес поряд із такими компонентами, як індивідуальність і соціальна роль, входить до змісту поняття особистості. Особистість – це індивідуальність в комунікації. Соціальне самовизначення особистості обумовлене характером формування та підтримки навичок взаємодії між людьми [2].

Узагальнюючи характеристики професійної та соціальної компетентності, ми відзначаємо загальну їх психологічну та поведінкову природу, ситуативну обумовленість втілення, процесуально-мовленнєві засоби реалізації. Природно, кажучи про комунікативний процес взаємодії індивідів і груп, ми відзначаємо здатності тих чи інших комунікантів управляти комунікативним процесом відповідно до рівня розвиненості умінь соціально-психологічного прогнозу та сформованості умінь реалізації прогностичних планів у певних видах діяльності.

Загальні теоретичні концепції, наведені вище, були нами враховані і використані при створенні освітньої програми для спеціалізації «реклама і зв'язки з громадськістю». Разом з тим, наші дослідження доводять, що основні положення культури професійної комунікації майбутніх фахівців інваріантні відносно будь-якої професії, посади,

роду діяльності [1]. Важливо зазначити той факт, що підготовка фахівців для будь-якої сфери діяльності починається з навчання професійній етиці – загальним принципам і нормам взаємодії у трудових колективах. Предмет «Професійна етика» вивчається вже на першому курсі і надалі слугує засадою для розвитку соціальної, ділової, професійної компетенції майбутнього фахівця.

На наш погляд, випусник факультету журналістики, спеціалізації «реклама і PR» має бути підготовлений не тільки до маркетингових професійних комунікацій (наприклад, при вивченні предмету «Інтегровані маркетингові комунікації»), але і до основних напрямів комунікативного менеджменту (оптимізації структури організації, підбору, розвитку, формування лояльності персоналу, підвищення кваліфікації співробітників у межах корпоративної культури організації). Для цього в освітніх програмах нашого факультету передбачені дисципліни, зміст яких складають основні теоретичні і практичні знання та вміння управлінської діяльності, іміджології, міжнародних принципів ділового етикету та протоколу.

Стратегія розвитку інформаційного суспільства, вихід на міжнародні рівні професійної комунікації передбачають, крім того, створення всеохоплюючої системи інформаційних технологій. Фахівці з професійних комунікацій потрібні навчальним закладам, установам культури, охорони здоров'я, соціального захисту, громадським організаціям тощо. Тобто професійні комунікації охоплюють усі сфери життя суспільства. Цим обумовлюється необхідність вже на ранніх етапах формування професійної компетенції звернути особливу увагу на розвиток культури взаємодії у тій чи іншій сфері професійної соціалізації особистості.

### Література:

1. Барабанова Н.Р. Соціокомунікативний аспект професійної компетентності фахівця: аналіз, стратегії розвитку: монографія. Одеса: Фенікс, 2018. 316 с.
2. Данильян О.Г., Тараненко В.М. Основи філософії. Харків: Право, 2012. 312 с. URL: [http://library.nlu.edu.ua/POLN\\_TEXT/4%20KURS/4/1/001start.htm](http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/4%20KURS/4/1/001start.htm) (дата звернення: 13.02.2021).
3. Пушкар З. Соціально-психологічний клімат у колективі та чинники, що впливають на його формування. *Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє*. 2013. Вип. 18. С. 133-143. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Un\\_msm\\_2013\\_18\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Un_msm_2013_18_18) (дата звернення: 13.02.2021).