

УДК 37.015.31

*В.С. Чернявская, д-р пед. наук, проф. ВГУЭС, г. Владивосток;**А.Н. Клемина, ст. преподаватель ВГУЭС, г. Владивосток, E-mail: tina_v@rambler.ru***ДЕФИЦИТ КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩЕГО ДИЗАЙНЕРА- ПРОБЛЕМА АДАПТАЦИИ НА РЫНКЕ ТРУДА**

Выявлен дефицит социального интеллекта, связанного с компетенциями социально- профессионального характера, несоответствие объективных параметров и субъективной самооценки социального интеллекта, что препятствует адекватной профессиональной адаптации. Представлены результаты анализа компетенций необходимых студентам-дизайнерам для адаптации на рынке труда.

Ключевые слова: адаптация, социальный интеллект, самооценка, студент-будущий дизайнер, компетенции, профессиональное образование.

Анализ содержания профессиональной деятельности в сфере современного дизайна дает возможность исследования проблем образования для выявления условий развития профессиональной компетентности, как интегральной характеристики личности.

Настоящий период характеризуется сменой критериев эффективности высшего образования, в частности для оценки вуза особенно важным становится критерий востребованности выпускников рынком труда. Вместе с тем рынок труда формируется как элемент социальной системы, в рамках которой взаимосвязь и взаимозависимость образовательной системы вуза с рынком труда детерминирует новые пути и методы образовательной деятельности.

В процессе профессионального образования, отмечают А.А. Вербицкий, В.И. Слободчиков, студент является субъектом учебной деятельности, критериями успешности которой, как правило, являются учебная (академическая) успешность, рейтинговая оценка, но к моменту окончания вуза он должен стать субъектом профессиональной деятельности, критерием успешности которой является уже профессиональная продуктивность, социально-профессиональная адаптированность. Указанный разрыв в рамках профессионального образования ранее смягчался организованным трудовым распределением, которое ушло в прошлое с изменением социально-экономических условий.

В настоящее время мероприятия связанные с адаптацией студента к ситуации рынка на этапах окончания вуза для студента существенно устаревают. Как правило, студенты стремятся к профессиональной самореализации, к этому периоду уже имеют профессиональный опыт связанный, а часто и не связанный со специальностью, которую получает студент, также он обретает опыт проб и ошибок в этой сфере не благодаря, а вопреки действующей системе профессионализации, не учитывающей потребность личности в своевременной подготовке к действиям на тынке труда. По данным Центра занятости Приморского края, а также на основании собственного анализа (более 7 лет), к моменту окончания вуза более 65% студентов имеют опыт профессиональной деятельности.

Будучи важным компонентом конкурентоспособности и профессиональной культуры будущего выпускника вуза, компетенции связанные с адаптированностью к рынку труда- целый ряд социально-профессиональных компонентов деятельности, в образовательном процессе вуза, как правило, не является целью, не имеют программного приложения и не связаны со специальными условиями развития. Вместе с тем спектр компетенций в сфере трудоустройства весьма широк и включает: знание видов, типов и местонахождения организаций, вакансий, особенностей организации трудовых отношений; путей и методов обращения к работодателю; владение способами самопрезентации; умениями составлять резюме, эссе, портфолио; владение коммуникативными умениями и навыками, связанными с успешным прохождением собеседований, интервью; владение методами саморегуляции, формирования уверенности в себе, как в профессионале (адаптанте); умения связанные с проявлениями гибкости, социального интеллекта: понимание людей, их чувств, эмоциональных проявлений; практические навыки выбора и составления вариативного ряда документов для трудоустройства на предприятиях с разной спецификой деятельности; осознание ценностей и деонтолог-

гии своей профессии, своего призвания, собственных личностных качеств способствующих и препятствующих успешному трудоустройству. В целом у выпускника для его адаптации к рынку труда должен быть достаточным уровень социального интеллекта. Социальный интеллект представляет собой систему интеллектуальных способностей, определяющих адекватность понимания поведения людей. Выполняя регулирующую функцию в межличностном общении, социальный интеллект обеспечивает социальную адаптацию личности, «гладкость в отношениях с людьми».

Адаптация студентов к рынку труда, понимается нами как процесс активного взаимодействия саморазвивающейся личности студента с изменяющейся социально-профессиональной средой, связанный с включением субъекта адаптации в новую для него проблемную ситуацию (ситуацию трудоустройства) и направляющий его на отбор знаний, моделей поведения, качеств, свойств, умений, навыков, компетенций связанных с профессиональной деятельностью и создающий возможности для дальнейшего развития в профессиональной сфере.

Компетентностный подход в вузе лишь начинает определять практику образования, в соответствии с подходами известных ученых И.А. Зимней, А.В. Хуторского, А.К. Марковой, Э.Ф. Зеера. При этом в практике лишь отчасти принимается положение о том, что качество образования зависит не от объема фактических знаний индивида, а от овладения им ключевыми компетенциями и компетентностями.

Возникают противоречия: между требованиями к студентам в формате академической успешности в процессе профессионального образования и необходимостью адаптации к рынку труда сразу после окончания вуза- без временного интервала; между потребностью личности в знаниях, умениях, компетенциях связанных с успешной профессионализацией, конкурентоспособностью на рынке труда и отсутствием в рамках профессионального образования специального обучения в этой сфере; между востребованностью специальности «Дизайн» в структуре вузовских специальностей, большим количеством студентов этой специальности и трудностями адаптации креативной личности будущего дизайнера в профессиональном социуме.

Исследователи констатируют, что чтобы сформировать специалиста, надо обеспечить переход от одного типа деятельности (познавательной) к другому (профессиональному) с соответствующей сменой потребностей, мотивов, целей, действий, средств, предметов и результатов.

В течение нескольких лет (с 2006 г. по настоящее время) мы проводили исследования связанные с адаптацией у рынку труда студентов-дизайнеров. **Первый** этап исследования, который мы хотели бы представить в настоящей статье, был связан с анализом адаптации выпускников вуза к рынку труда. По результатам анкетирования выпускников- выборка состояла из студентов пятого курса- 125 человек, из них студентов-дизайнеров 42 человека. Ответы респондентов на вопросы анкеты показывают, что на первое место выходят «недостаток профессионального опыта» – 65 человек (52%) и «недостаток профессионального опыта» – 39 человек (31%) - этот вариант ответа предложили сами выпускники. На второе место выпускники поставили «недостаток знаний по профессии» - 31 че-

ловек (41%), «незнание рынка труда» - 12 человек (15%) и «недостаточный навык самопрезентации» - 8 человек (12%).

В целом сумма ответов по первым трем местам в рейтинге трудностей существенно превышает остальные Пред-

ставление о трудностях адаптации к рынку труда для молодых специалистов представлено ниже (Табл. 1).

Таблица 1

Трудности реализации карьерных планов выпускников

	Трудности реализации карьерных планов	Выпускники (%)
1	Недостаток профессионального опыта	52
2	Недостаток знаний по профессии	41
3	Незнание рынка труда	15
4	Незнание как строить карьеру	10
5	Рынок труда насыщен специалистами данного профиля	10
6	Недостаточный навык самопрезентации	8
7	Низкооплачиваемая должность по специальности	8
8	Специальность не востребована на рынке труда	2

Анализ представленных и других эмпирических данных подтвердил необходимость реализации специальной работы по адаптации к ситуации трудоустройства студентов.

Второй этап был связан с определением спектра вербальных компетенций студентов-дизайнеров и параметров социального интеллекта. Ниже представлена указанная часть работы.

Исследование проходило во Владивостокском Государственном Университете Экономики и Сервиса (ВГУЭС) в научно-исследовательском институте профессиональной педагогики и психологии (НИИ ППП) в рамках проекта № 7315 «Ценностно-мотивационные и организационно - деятельностные основания профессионального образования в сфере дизайна: культурно-антропологическая, гуманитарно-художественная, конструктивно-графическая модели компетентностей» аналитической ведомственной целевой программы «Развитие научного потенциала высшей школы (2009-2010 годы)». Выборка состояла из студентов 3-4 курса (экспериментальная группа, в количестве 46 человек). В исследовании принимали участие студенты обоего пола. Средний возраст студентов составил 19-22 года. В качестве предмета исследования выступила взаимосвязь креативности, социального интеллекта и их самооценок у студентов - дизайнеров. Используемые в работе методики диагностики творческих способностей были адаптированы на отечественных выборках сотрудниками лаборатории психологии способностей Института психологии РАН.

Социальный интеллект – особый «социальный дар», обеспечивающий гладкость в отношениях с людьми, продуктом которого является социальное приспособление, что соответствует представлениям об адаптации (в том числе на рынке

труда). Д. Гилфорда представлял социальный интеллект как систему интеллектуальных способностей, независимую от факторов общего интеллекта [1].

Студентам дизайнерам была предложена методика исследования социального интеллекта Дж. Гилфорда, в рамках которой социальный интеллект понимался как способность понимать намерения, чувства и эмоциональные состояния человека по вербальным (словесным) и невербальным проявлениям; проявление дальновидности в межличностных отношениях. Социальный интеллект связывают со способностью высказывать быстрые, почти автоматические суждения о людях, прогнозировать наиболее вероятные реакции человека. Исследователи называют его особым «социальным даром», обеспечивающим гладкость в отношениях с людьми, продуктом, которого является социальное приспособление. Автор методики Дж. Гилфорд рассматривал социальный интеллект как систему интеллектуальных способностей, не зависящих от фактора общего интеллекта и связанных, прежде всего, с познанием поведенческой информации.

Общий уровень развития социального интеллекта определялся на основе композитной оценки. Смысл композитной оценки, выраженной в стандартных баллах, можно определить следующим образом:

- 1 балл - низкий социальный интеллект;
- 2 балла - социальный интеллект ниже среднего;
- 3 балла - средний социальный интеллект;
- 4 балла - социальный интеллект выше среднего;
- 5 баллов - высокий социальный интеллект.

Полученные эмпирические данные представлены ниже (Табл.2)

Таблица 2

Уровень развития социального интеллекта у студентов дизайнеров(N=46)

Тестовый балл	Субтест 1 (кол-во испыт.)	Субтест 2 (кол-во испыт.)	Субтест 3 (кол-во испыт.)	Субтест 4 (кол-во испыт.)	Общ.ур.соц.инт. (кол-во испытуемых)
1-низк.	2	8	6	5	5
2-ниже ср.	16	29	26	27	39
3-сред.	27	8	13	14	1
4-выше ср.	1	1	1	0	1
5-высок.	0		0	0	0

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что в данной экспериментальной выборке по результатам субтеста 1 – «Истории с завершением» - лиц с высоким показателем не оказалось, с низким показателем всего 2 человека. Основная часть испытуемых приходится на уровень средний и ниже среднего, что означает, что большинство обследуемых плохо понимают связь между поведением и его последствиями; они могут попадать в конфликтные, а возможно, и в опасные ситуации потому, что неверно представляют себе результаты своих действий или поступков других. Они не достаточно хорошо ориентируются в общепринятых нормах и правилах поведения.

По результатам субтеста 2 – «Группы экспрессии» - также не наблюдается лиц с высокими показателями, среди лиц с низкими показателями 8 человек. Подавляющее большинство испытуемых в области понимания экспрессии, эмоций людей находится на уровне ниже среднего, что означает также недостаточную полноту владения языком телодвижений, взглядов и жестов. В общении эти испытуемые, возможно, в большей степени ориентируются на вербальное содержание сообщений. Они могут ошибаться в понимании смысла слов собеседника потому, что не учитывают (или неправильно учитывают) сопровождающие их невербальные реакции.

По результатам субтеста 3 – «Вербальная экспрессия» – также становится очевидным уровень ниже среднего у боль-

шинства данных испытуемых. Это означает, что они недостаточно успешно распознают различные смыслы, которые могут принимать одни и те же вербальные сообщения в зависимости от характера взаимоотношений людей и контекста ситуации общения. Возможно, они могут ошибаться в интерпретации слов собеседника.

Результаты субтеста 4 – «Истории с дополнением» – показывают, что большинство обследуемых находятся на уровне среднем и ниже среднего, то есть они, возможно, испытывают трудности в анализе ситуаций межличностного взаимодействия и, как следствие, плохо адаптируются к разного рода взаимоотношениям между людьми (семейным, деловым, дружеским, профессиональным и другим).

Результат композитной оценки теста показал, что общий уровень социального интеллекта у абсолютного большинства испытуемых данной экспериментальной выборки является довольно **низким** и находится на уровне **ниже среднего** (85%). Этот психологический факт означает, что будущие дизайнеры могут испытывать трудности в понимании и прогнозировании поведения людей, что усложняет взаимоотношения и снижает возможности социальной адаптации.

Далее была проведена диагностика самооценки социального интеллекта. Для этой цели была использована методика Д.Джонсона, данная методика основана на подходе Г. Оллпорта, который связывал социальный интеллект со способностью правильно понимать поведение людей, высказывать суждения о людях, прогнозировать наиболее вероятные реакции человека. Испытуемым было необходимо оценить характеристики социального интеллекта с точки зрения степени выраженности их у себя (каждая характеристика от 1 до 5 баллов). Полученные результаты представлены ниже (Табл. 3).

Таблица 3

Уровень самооценки социального интеллекта у студентов дизайнеров (N=46)

Уровень самооценки	Самооценка социального интеллекта (кол-во испытуемых)
Очень высокий	3

Библиографический список

1. Гилфорд, Дж. Три стороны интеллекта // Психология мышления. – М.: Прогресс, 1965.
Статья поступила в редакцию 10.06.10

УДК 378.02

Н.И. Вильховская, соискатель НИПКУПРО, г. Новосибирск, E-mail: Derandrey@yandex.ru

ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ МОНИТОРИНГА ОСНОВ ТОЛЕРАНТНОСТИ У СТУДЕНТОВ-ГУМАНИТАРИЕВ

На основании проведенного обследования основ толерантности у студентов вузов г. Новосибирска в статье рассматриваются уровни, критерии, показатели, признаки толерантности, выявленные в ходе исследования, определяются пути формирования основ толерантности у студентов.

Ключевые слова: толерантность, культурное самоопределение личности, национальное самосознание, социальный и профессиональный выбор, эффективная профессиональная подготовка; уровни, критерии, показатели, признаки толерантности.

Актуальность проблемы мониторинга основ толерантности у студентов гуманитарных вузов обусловлена сложной конфликтной обстановкой, сложившейся в российском обществе в первое десятилетие XXI века и заставившей исследователей различных областей наук - философии, психологии, педагогики, социологии и т.д. (Ш.И. Амонашвили, А.Г.Асмолов, Е.В. Бондаревская, Н.Е. Буланкина, Н.В.Наливайко, В.В.Сериков, В.Я.Синенко, В.Н. Турченко и многие другие) обратиться к многоаспектному изучению сущности толерантности в российском обществе.

Внешними её проявлениями, по мнению многих исследователей, являются рост преступности среди подростков и учащейся молодежи, «дедовщина» в армии, конфликты на межэтнической почве, вражда к темнокожим студентам, рост

Высокий	32
Средний	10
Низкий	1
Очень низкий	0

Из полученных данных (Табл. 3) видно, что большинство респондентов данной выборки оценивают собственный социальный интеллект как высокий (35 человек из 46). При этом в целом, объективные показатели социального интеллекта, как мы показали, оказались низкими. Это может говорить о тенденции к неадекватной самооценке у испытуемых и препятствует их личностному и профессиональному развитию. Студенты-дизайнеры, как правило, плохо понимают людей и прогнозируют поведение, это усложняет личные и профессиональные взаимоотношения и существенно снижает возможности адаптации к рынку труда.

Указанное рассогласование объективных данных и параметров самооценки затрудняют рефлексию, в том числе профессиональную, осознание проблем в становлении метанавыков связанных с адаптацией к рынку труда.

Профессиональная компетентность является новообразованием, возникающим в результате личностной рефлексии, как критического переосмысления личностью первоначальных представлений о себе как носителя интеллектуальных стереотипов, приводящей к построению нового образа «я» как субъекта творчества.

Профессиональная компетентность будущего дизайнера должна включать в качестве важной компетенции способность к рефлексивной творческой реализации ценностно-смыслового опыта в проектной деятельности, особенно это актуально, поскольку в настоящее время одним из наиболее актуальных, является требование концептуальности к результатам проектной деятельности.

Возникает проблема, связанная с дефицитом личностных качеств дизайнера, как современного специалиста, способного успешно действовать в нестандартных ситуациях с большим числом «открытых параметров», глубоко осмысливать противоречивую информацию социума, сочетать различные стили профессиональных коммуникаций.

числа экстремистских группировок, увеличение разводов молодых семей, неуважение к старшему поколению.

Всё чаще понятия «взаимопомощь», «долг», «бескорыстие» «ответственность» и другие нормы нравственности и этики подменяются коммерциализацией межличностных отношений (продажа ответов на вопросы контрольных работ, домашних заданий и т.д.); выбором друзей не по личностным качествам, а по уровню материального достатка; ростом числа выпускников вузов, не способных найти работу не из-за недостатка профессиональных знаний и умений, а в результате отсутствия личностных качеств (дисциплинированности, коммуникативности, ответственности, умения работать в команде, креативности, культуры речи, умения вести диалог с партнёрами и т.д.); неуважением к родному языку и культуре.