

Holló Sándor¹⁵-Kazainé Dr. Ónodi Annamária¹⁶: Kommunikációs készség fejlesztése felnőttekben

Absztrakt: A közösségi lét alapvető eszköze a kommunikáció. A kommunikációval tesszük gondolatainkat mások számára láthatóvá, vagy éppen rejtjük el. A jó kommunikációs készség egyaránt lételem magánéletünkben és a munkahelyünkön is. Úgyis fogalmazhatnánk, hogy kevés olyan munkahely van, ahol a kommunikációnak nincs szerepe. Ennek ellenére a vállalati gyakorlatban mégsem kezelik értékén a jó kommunikációs készséget. Elvárják, mint alapvető készséget, de a fejlesztésére legtöbbször nem fordítanak kellő gondot. Fejleszthető-e egyáltalán a kommunikációs készség felnőtt korban? Érdemes-e erre időt, energiát fordítani? Tanulmányunkban kettős megközelítést alkalmazunk. Egyrészt a kérdést gyakorlati szempontból, több évtizedes HR vezető személyes tapasztalataira alapozva vizsgáljuk, másrészt oktatás módszertani szempontból is górcső alá vesszük. Ez utóbbit támogatja a több mint 100 egyetemi hallgatót megkérdező kérdőíves felmérés eredményei. Az oktatási tapasztalatok azt mutatják, hogy a kommunikációs készség igenis fejleszthető. Az egyetemisták tisztába vannak a jó kommunikációs készség fontosságával, ennek fejlesztésének szükségességével, ugyanakkor szembe kell néznünk az egyetemi oktatás korlátozott időbeli lehetőségeivel.

Bevezető

A kommunikációval foglalkozó szakirodalom rendkívül széleskörű, különböző fókuszpontokkal. Buda, 2004 megközelítésében a kommunikáció fő területei: kommunikáció információelméleti-kibernetikai értelemben, (az embertől is függetlenül létező kommunikáció az atomok világától a galaktikáig), kommunikáció technikai értelemben (információ-átadás ember alkotta, technikai rendszerekben), biológiai kommunikáció, társadalmi kommunikáció. Vizsgálódásunkat leszűkítve a társadalmi kommunikáció területére még mindig egy összetett, kérdéskörrel kell szembenéznünk, kezdve a kisgyermek kommunikációs készségfejlesztésétől egészen az üzleti illetve a társadalmi kommunikációig. Jelen tanulmánynak nem célja áttekinteni a kommunikáció széleskörű irodalmát, csupán érzékeltetni szeretnénk a kérdéskör szerteágazó és komplex voltát. A kommunikáció folyamatát tekinti át többek között Griffin, 2000; Szabó, 2002; Moss, 2008, Buda, 2014. A kommunikációval foglalkozó szakirodalomban megfigyelhető egy-egy speciális szakterület köré történő csoportosulás. Meghatározó például a tömegkommunikáció (Mcquail, 2003; Suresh 2003), a marketing kommunikáció (Bauer – Horváth, 2013; Fazekas – Harsányi 2003, Yadin, 2000), a szervezeti kommunikáció (Rogers et. al. 1976, Komor 2008, Lázár 2011) az orvosi vagy pszichiátriai kommunikáció, a kritikus helyzetekben történő kommunikáció (Patterson et. al. 2002), és természetesen a hétköznapi kommunikáció. A kommunikációval foglalkozó irodalmak másik nagy csoportosítási lehetősége, amikor a hatékony kommunikációnak egy-egy kiemelt elemére, illetve ennek kutatási módszertanára koncentrálnak. Csupán néhány példát említünk. Meghatározó irányzat a tömegkommunikáció tartamelemzésével foglalkozó kutatások (pl. Berelson, 1952; Lombard et. al., 2002). A nem verbális kommunikációs technikák alkalmazásának jelentőségét tárgyalja többek között Harrison, 1974; Pease et. al., 2012; Wacha 2011. A megfelelő hanghordozás szerepével foglalkozik többek között Alpert et. al., 1967 vagy Juslin – Laukka 2003, Macnamara, 2006.

¹⁵ Dr., Cont-Coraxt Bt. 2251, Tápiószecső, Aradi út 32, Sandorhollo@yahoo.com

¹⁶ Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástudományi Kar, Üzleti Gazdaságtan Tanszék, annamaria.kazaineonodi@uni-corvinus.hu

Tanulmányunkban a társadalmi kommunikációval foglalkozunk. Annak ellenére, hogy a leírt megállapításokkal az üzleti kommunikációra, a munka világára koncentráltunk, nem volt célunk hogy kizárólag egy egy speciális szakterület, vagy szakma kommunikációs kihívásaira korlátozzuk a vizsgálatot. Ebből a szempontból tanulmányunk inkább a köznapi kommunikáció területéhez tartozik, ugyanakkor nem győzzük hangsúlyozni, hogy a kommunikáció nem csupán az információ átadásának az eszköze. A kommunikáció minősége, iránya meghatározhatja, megerősítheti a közösségben elfoglalt pozíciónkat. A jó kommunikációs technika biztosítja a párbeszéd folyamatosságát. Ahhoz, hogy érvényesülni tudjunk, meg kell találnunk a helyünket a csoportban, ahová tartozunk, ehhez viszont nélkülözhetetlen a jó kommunikációs technika.

Tanulmányunk nem a kommunikáció elméletével foglalkozó rendkívül széleskörű irodalmat kívánja tovább gazdagítani, hanem elsősorban az oktatóknak és gyakorlati szakembereknek, másodsorban azoknak a jövőjüket tudatosan tervező embereknek a figyelmét szeretné felhívni a jó kommunikációs készség fontosságára, és ennek fejlesztési lehetőségeire, akik sikeresek szeretnének lenni és maradni. Tanulmányunk három fő kérdéskörre koncentrálna: a jó kommunikációs készség fontosságára, a kommunikációs készség fejlesztésének szükségességére felnőttkorban és végül ennek fejlesztési lehetőségeire.

Kutatás célja, módszertana

Jelen tanulmány az akadémiai és üzleti szféra együttműködésén alapul. A munkaerő piaci felmérések szerint a pályakezdők esetében a két legfontosabbnak tartott képesség az együttműködési készség és a hatékony kommunikáció (átvéve Oláhé, 2013). Az álláshirdetések legalább negyedében szerepel a jó kommunikációs készség mint elvárás, ezen belül Holló (2015) szerint a jobinfo.hu aktuális álláshirdetéseinek 14%-a, közel négyezer hirdetés kifejezetten kommunikációval kapcsolatos pozícióra irányult. Az Európai felsőoktatási térség képesítési keretrendszerében a kimeneteli követelmények között a probléma érzékenység és a kritikus gondolkodás mellett kiemelt kompetenciacsoport a társas kompetenciák, együttműködési készség, és a nyelvi kommunikáció (Derényi-Vámos 2015)

Jelen tanulmány három pillérrre épült. A szakirodalom feldolgozásán alapult Kazainé (2015) egyetemi hallgatók körében végzett felmérése. A hallgatók véleményét vetjük össze a munkaerő piaci elvárásokkal, illetve továbblépve ennél általánosabb véleményt formálunk Holló munkaerő piaci tapasztalatai alapján a felnőttkori kommunikációs készség fejlesztésével kapcsolatban.

Kazainé 2015. februárjában a Budapesti Corvinus Egyetemen 106 hallgatóval tölthetett ki egy kommunikációs készség fejlesztéséről szóló kérdőívet. Egy kérdőívet ki kellett zárni a felmérésből annak megbízhatatlansága miatt. Összességében 105 értékelhető kérdőív állt rendelkezésre. A válaszadók 65,4%-a nő, 34,6%-a férfi. 53,3%-uk alapképzésen, 46,7%-uk mesterképzésen tanult. Az alapképzésen tanulók átlagos életkora 19,2 év volt, a mesterképzésen tanuló hallgatóké 22,77 év. A felmérésben többek között részt vettek Gazdaságinformatikus, Alkalmazott közgazdaságtan, Gazdaság és menedzsment, Nemzetközi gazdálkodás, Pénzügy és számvitel, Emberi erőforrások, Marketing, Turizmus-vendéglátás, Logisztikai menedzsment s Nemzetközi gazdaság és gazdálkodás szakirányos hallgatók is. (Felmérést részletesen lásd Kazainé, 2015.)

Kommunikációs készség fontossága

Az ember társas lény, az élet minden területe összehangolt alkalmazkodást igényel. Ennek a hangolásnak, a kapcsolatteremtésnek az eszköze a kommunikáció. A kommunikáció nemcsak tükrözi, de bizonyos mértékig befolyásolja a csoportban elfoglalt helyünket. Meghatározza az együttműködés minőségét. Ezzel szemben a nem megfelelő kommunikáció a legjobb elképzeléseket is megghiúsíthatja. Ez igaz az élet minden területére. Vannak azonban olyan élethelyzetek, amikor a kommunikáció sikeressége kritikus tényező (lásd Patterson et. al. 2002). A jó kommunikációs készség fontosságát széleskörű szakirodalom hangsúlyozza (pl. Griffin 2000, Moss 2008)

Felmérésünk azt mutatta, hogy az egyetemi hallgatók is tisztában vannak a kommunikációs készség fontosságával. A legfontosabbnak az állásinterjúk során tekintették (4,8-as érték 5 fokozatú Likert skálán) ezt követően vezetői pozícióban (4,7) majd szóbeli vizsgán (4,5). A nők az élet minden területén fontosabbnak tekintették a jó kommunikációs készséget mint a férfiak, a legnagyobb különbség a munkahelyi kommunikáció megítélésében mutatkozott, különösen az alapképzésen. Az alapképzésen tanuló férfiak körében a munkahelyi kommunikáció fontosságának átlagos értékelése nem érte el a 4-es értéket. Látszólag az egyetemi oktatásban eltöltött idő alatt a férfiakban is egyre jobban tudatosul a jó kommunikációs készség fontossága. Legjelentősebb növekedés a munkahelyi kommunikáció fontosságának megítélésében volt, 3,96-ról 4,17-re nőtt, vezetői pozícióban 4,64-re. A nők a vezetői pozícióban a kommunikáció fontosságát átlagosan 4,86-ra értékelték, a férfiak 4,47-re. Tehát az egyetemi képzés során a hallgatókban tudatosul a szervezeti kommunikáció fontossága. (Lásd 1. táblázat)

Táblázat 1: Kommunikációs készség fontossága nem és képzési forma szerinti bontásban

Kommunikációs készség fontossága	Alapképzés (BSC)		Mesterképzés (MSC)	
	Férfi n=25	Nő n=30	Férfi n=11	Nő n=38
Szóbeli vizsgán	4,44	4,57	4,54	4,53
Állásinterjún	4,72	4,97	4,82	4,81
Munkahelyen	3,96	4,17	4,27	4,34
Vezető beosztásban	4,40	4,83	4,64	4,89
Munkahelyi előmenetel	3,92	4,17	4,18	4,50
Magánéletben	4,04	4,13	4,09	4,24

5 fokozatú Likert skálán 1- egyáltalán nem fontos, 5 – nagyon fontos

Forrás: Kazainé (2015)

A kommunikáció szerepének megítélését mindennapi életünkben az alábbi négy kérdés segítségével vizsgáltuk tovább. Az első három kérdés a tömegkommunikáció hatásmechanizmusával van összefüggésben, míg a negyedik a szervezeti kommunikációhoz tartozik. Zárójelben azon hallgatók aránya látható, akik egyetértettek az adott állítással.

1. Jó kommunikációval bármi eladható, elfogadtatható, ezért óriási felelősség, hogy ezt a tudást a társadalom szempontjából értékes célok szolgálatába állítsuk (79%-os egyetértés)
2. Az, hogy céljaink érdekében befolyásolni tudjunk másokat ugyanolyan fontos, mint az, hogy mások ne tudjanak bennünket kommunikációs eszközökkel az irányításuk alá vonni. (71,15%-os egyetértés)
3. Ha ismerjük a kommunikációs technikákat jobban a kulisszák mögé láthatunk, könnyebben eligazodunk a világ dolgaiban. (69,52%-os egyetértés)
4. A felsőoktatási intézményekben vezető beosztású dolgozókat képeznek, ezért a társas érintkezés szabályainak megismerése legalább olyan fontos, mint a szakmai tudás. (67,62%-os egyetértés)

Az első kérdéskör esetében azt a megállapítást vonhattuk le, hogy a szakirodalommal összhangban a felmérésben résztvevő egyetemi hallgatók elismerik a jó kommunikációs készség fontosságát, legfontosabbnak az állásinterjúk során és vezetői pozícióban tekintik. A Budapesti Corvinus Egyetemen a képzés elsősorban a szervezeti kommunikáció szerepét erősíti meg. A tömegkommunikáció hatásával a válaszadók többsége tisztában van, de ezen a területen csak kismértékű fejlődést lehet kimutatni az alap és mesterszakos hallgatók között. Érdeemes figyelni arra, hogy a válaszadók 30%-a nem tulajdonít olyan nagy jelentőséget a kommunikációs technikák ismeretének, viszont ez az a terület, ahol statisztikailag is szignifikánsan magasabb egyetértést lehetett kimutatni a mesterszakos hallgatók körében, annak ellenére, hogy ez a terület általában

kívül esik az gazdasági jellegű képzésen. (Részletes adatokat lásd 2. és 3. táblázat.)

Táblázat 2: Kommunikáció szerepe a társadalomban (n=105)

Kommunikáció szerepe	Nem ért egyet (1-2)	Semleges (3)	Egyetért (4-5)
Jó kommunikációval bármi eladható, elfogadtatható, ezért óriási felelősség, hogy ezt a tudást a társadalom szempontjából értékes célok szolgálatába állítsuk.	6,67%	14,29%	79,05%
Az, hogy céljaink érdekében befolyásolni tudjunk másokat ugyanolyan fontos, mint az, hogy mások ne tudjanak bennünket kommunikációs eszközökkel az irányításuk alá vonni.	4,81%	24,04%	71,15%
Ha ismerjük a kommunikációs technikákat jobban a kulisszák mögé láthatunk, könnyebben eligazodunk a világ dolgaiban.	4,76%	25,7% ¹	69,52%
A felsőoktatási intézményekben vezető beosztású dolgozókat képeznek, ezért a társas érintkezés szabályainak megismerése legalább olyan fontos, mint a szakmai tudás	5,71%	26,6% ⁷	67,62%

Táblázat 3: Kommunikáció szerepe a társadalomban alap és mesterszak szerinti bontásban

Kommunikáció szerepe	BSC (n=56)	MSC (n=49)
Jó kommunikációval bármi eladható, elfogadtatható, ezért óriási felelősség, hogy ezt a tudást a társadalom szempontjából értékes célok szolgálatába állítsuk.	4,0357	4,1020
Az, hogy céljaink érdekében befolyásolni tudjunk másokat ugyanolyan fontos, mint az, hogy mások ne tudjanak bennünket kommunikációs eszközökkel az irányításuk alá vonni.	3,9464	3,9167
Ha ismerjük a kommunikációs technikákat jobban a kulisszák mögé láthatunk, könnyebben eligazodunk a világ dolgaiban.	3,8750	4,0204
A felsőoktatási intézményekben vezető beosztású dolgozókat képeznek, ezért a társas érintkezés szabályainak megismerése legalább olyan fontos, mint a szakmai tudás	3,8036	3,8367

5 fokozatú Likert skálán 1- egyáltalán nem fontos, 5 – nagyon fontos

Forrás: Kazainé (2015)

Hatékony kommunikáció

A kommunikáció jelen van életünk minden területén. A reklám (marketingkommunikáció), a híradó (tömegkommunikáció), egy kezelési-karbantartási utasítás (szervezeti kommunikáció), sőt, még egy közlekedési lámpa (technikai kommunikáció) is üzenetet közvetít. Mitől jó a kommunikáció?

Röviden fogalmazva: mondandónk „célba ér”.

A kommunikáció alapmodellje: A kommunikáció elindítójában, a „küldőben” megszületik egy gondolat vagy egy érzés, amit közölni akar. Ezt a gondolatot kódolja, amelyben egyaránt lehetnek verbális és nem verbális elemek. Kiválasztja a megfelelő kommunikációs csatornát és elküldi az üzenetet. Ezt az üzenetet miután megérkezik a „fogadóhoz”, az dekódolja, értelmezi magának és ennek megfelelően cselekszik, illetve nem cselekszik. A kommunikációs kör akkor zárul le, amikor a küldő megkapja a fogadótól a visszajelzést.

A kommunikációs technikák eszköztára rendkívül gazdag. A kommunikáció módját körültekintően kell megválasztani. Nem szabad elfeledkezni arról, hogy a kommunikáció mindig szituáció és kontextus függő. (Lásd Buda, 2014.) Figyelembe kell venni a célközönség sajátosságait, a kommunikációs csatorna jellegét, a kommunikáció célját. Nem mindegy, hogy mondandónkat milyen széles közönségnek, milyen terjedelemben, milyen gyorsan, hányszor kívánjuk eljuttatni. Ez csupán néhány kiemelt szempont azok közül, melyeket mérlegelnünk kell a kommunikációs stratégiánk kidolgozása során. Jelen tanulmány nem kíván elmenni sem a marketing sem a tömegkommunikációs stratégiák kidolgozásának irányába, mindkettő különálló szakterület.

Néhány olyan alapelvet emelnénk csupán ki, melyek szakmától függetlenül bárki számára hasznosak lehetnek a közvetlen emberi kommunikáció során. Az egyik legizgalmasabb kommunikációs kihívás amikor egy, vagy több résztvevő személyesen kommunikál. Ilyenkor fontos, hogy minden fél nyitott legyen, partnernek érezze magát és ne csupán elszenvedje az információkat, amiket rázúdítanak. Hiába a jól megkomponált beszéd, ha a másik fél nem tekint partnernek, és bezárkózik. Mindez fordítva is igaz. Ha a kommunikáció célja az információ szerzés, akkor is biztosítanunk kell a másik felet, hogy aktív részesei vagyunk a beszélgetésnek. Rövid kérdésekkel, hozzászólásokkal, „aktív hallgatással” teremthetünk egyensúlyt. Fontos, hogy a társalgásnak legyen egy kis „holtjátéka”. Tudjunk visszább vonulni és ezt a lehetőséget adjuk meg másoknak is. Ismerjük fel, hogy mikor válthatunk irányt és mikor kell ragaszkodnunk az eredetileg elképzelt menetrendhez.

A hatékony kommunikáció tényezőivel széleskörű szakirodalom foglalkozik (pl. Moss 2008, Yadin 2000). Felmérésünkben az üzenet átadó/a kommunikáló fél szempontjából gyűjtöttük össze a szakirodalom alapján a hatékony közvetlen emberi kommunikáció legfontosabb jellemzőit. A hallgatók általános véleménye alapján a legfontosabb, hogy tisztába legyünk saját céljainkkal, tudjuk mit szeretnénk igazából elérni (4,5), ezt követte a megfelelő tárgyi tudás, érvrendszer (4,38) és hogy sikerüljön bizalmat ébreszteniünk tárgyalópartnerünkben (4,32), amihez fontos, hogy tisztába legyünk tárgyalópartnerünk céljaival, érdekeivel (4,1). A legkevésbé fontos tényezőnek a megfelelő tárgyalástechnikák alkalmazását tartották, amely abból is adódhat, hogy nincsenek tisztában a különböző tárgyalástechnikákkal, illetve ezek hatásaival. Az egyetemi oktatás során elsősorban a tárgyi tudásra, a megfelelő érvelésre, az ok-okozati összefüggések feltárására koncentrálunk. Prezentációtartás során megjelenik a beszédtechnika és a nem verbális kommunikáció fejlesztése is, de az értékelés során a legnagyobb hangsúlyt a tárgyi ismeretek kapják. Tárgyalástechnikával csak egy-egy tantárgy keretében találkozhatnak egy-egy előadás során a hallgatók. A nők és a férfiak véleményét összehasonlítva a legnagyobb különbség a beszédtechnika megítélésében tapasztalható. A nők ezt sokkal fontosabbnak (4,12) tartották mint a férfiak (3,70), kisebb de még mindig szignifikáns különbséget tapasztaltunk az önkontroll, a nem verbális kommunikáció és a bizalomébredés kapcsán. A mesterszakos hallgatók esetében a legnagyobb különbség a beszédtechnika és a tárgyalás technika fontosságának megítélésében volt, de statisztikailag is szignifikánsan fontosabbnak értékelték az önkontroll, a nem verbális kommunikáció és a bizalomépítés fontosságát. Az alapszakos hallgatók a tárgyi tudásnak, a megfelelő érvrendszernek tulajdonítottak fontosabb szerepet. (Lásd 4. táblázat.)

Táblázat 4: A hatékony kommunikáció elemei, nem és képzési forma szerinti megbontásban

	Férfi (n=36)	Nő (n=68)	BSC (n=56)	MSC (n=49)	Összesen (n=105)
Tisztába legyen a saját céljaival	(1) 4,44	(1) 4,53	(1) 4,48	(1) 4,53	(1) 4,50
Tisztába legyen tárgyalópartnere céljával, érdekeivel	(4) 4,06	(4) 4,13	(4) 4,10	4,10	(4) 4,10
Tárgyi tudás, érvrendszer	(2) 4,39	(3) 4,37	(2) 4,41	(3) 4,35	(2) 4,38
Beszédtechnika	3,70	4,12	3,79	4,14	3,99
Tárgyalás technika	3,67	3,63	3,55	3,78	3,66
Önkontroll	3,72	3,93	3,79	3,94	3,86
Nem verbális kommunikáció	3,75	4,09	3,91	4,06	3,98
Bizalomébresztés	(3) 4,17	(2) 4,41	(3) 4,27	(2) 4,39	(3) 4,32

5 fokozatú Likert skálán 1- legkevésbé fontos, 5 – legfontosabb

Forrás: Kazainé (2015)

Kommunikációs készség fejlesztésének fontossága és lehetőségei

Ha lépést akarunk tartani a világ változásaival meg kell tanulnunk alkalmazkodni. Ez igaz a kommunikációs technikák folyamatos fejlesztésére is. Ami tegnap még jól működött, az mára talán már elavult. Gondoljunk akár az információs technológia robbanásszerű fejlődésére, de arról sem feledkezhetünk el, hogy folyamatosan változik a helyzetünk a különböző csoportokban, amely eltérő kommunikációt technikát igényel. Másként kell kommunikálnunk kisgyerekekkel, másfajta technikát kíván meg kamasz gyermekünk kezelése, másként kommunikálunk munkatársainkkal, másként barátaikkal, másként a főnökünkkel, másként a beosztottjainkkal, másként idős szüleinkkel. Harminc-negyven évvel ezelőtt a generációk még markánsan elkülönültek egymástól, ez napjainkra megváltozott. Ehhez járul hozzá, hogy kitolódik a korhatár, amin belül aktív, teljes értékű életet kívánunk élni. Elengedhetetlen, hogy be tudjunk illeszkedni a folyton változó környezetbe. Az élethosszig történő tanulásnak a kommunikációs technikánk fejlesztése csupán egy eleme.

Sokan gondolják, hogy a kommunikációt nem szükséges tudatosan tanulni, hiszen az egy olyan készség, amely a folyamatos interakciók során magától kialakul és folyamatosan fejlődik. A tudatosságra pedig szükség lenne. Sőt, nem elegendő megtanulni az alapvető kommunikációs technikákat, folyamatosan csiszolni, fejleszteni kell. Nem elegendő az elméleti tudás elsajátítása. A technikákat be kell gyakorolni. Fontos, hogy megértsük környezetünk visszajelzéseit, tudjuk magunkat más szemével látni. Ez feltétlenül szükséges ahhoz, hogy a szükséges korrekciókat el tudjuk végezni. Ez a folyamat bizonyos mértékig spontán, "magától" végbe megy, de csak egy bizonyos mértékig. Amikor a gyermek szocializációja megkezdődik a családban viszonylag egyszerű a helyzet. A szerepek nagyjából adottak. Még akkor is, ha e gyermeknek van némi játéktere. Más a helyzet, amikor bekerül egy nagyobb közösségbe, ahol ki kell vívnia a helyét, érvényesítenie kell az érdekeit. Ezekben a közösségekben nincsenek eleve kiosztott szerepek. Egyre nagyobb a tét. Ez a spontán tanulási folyamat végig tart. Ennek a tanulásnak a hatékonysága növelhető, ha megkapjuk a megfelelő szakmai segítséget.

Felmérésünk szerint az egyetemi hallgatók szerint fontos az egyetemi képzés során a kommunikációs készség fejlesztése (4,43-es értékelés 5 fokozatú Likert skálán).

A kommunikációs készség különböző technikákkal, oktatási módszerekkel fejleszthető. A három leggyakrabban alkalmazott módszertan az egyetemi oktatás során a frontális osztálymunka keretében történő vita (3,89), az előzetes felkészülés alapján tartott prezentáció (3,61) és a kis csoporton belüli megbeszélések (3,53). Szinte egyáltalán nem jellemző a nemzetközi környezetben történő csoportmunka (1,68), és a közepes szintet sem éri el a szituációs játékok alkalmazás (2,7). E

két utóbbi módszernél nem tapasztaltunk szignifikáns különbséget az alap és mesterszakos képzés között. Ugyanakkor az látható, hogy a mesterszakos hallgatóknak lényegesen többet kell prezentálniuk akár előzetes felkészülés alapján (4,24) akár a csoportmunkájuk prezentációjáról (3,96) legyen szó.

A kommunikációs készség fejlesztése szempontjából a prezentációtartást tekintik a legfontosabbnak mind alap, mind mesterképzésen. Nemzetközi környezetben történő csoportmunka ritka az egyetemi oktatásban, a hallgatók viszont összességében a második leghasznosabb módszernek tekintik (4,22) a prezentációtartás után. A vita benne volt a három leggyakrabban alkalmazott módszertan között, a hasznosságát viszont eltérően ítélték meg az alap és mesterszakos hallgatók. Az alapszakos hallgatóknál a második leghasznosabb módszernek bizonyult (4,27) míg a mesterszakos hallgatók esetében csak az ötödiknek (4,06). A mesterszakos hallgatók a szituációs játékok szerepét ugyanolyan fontosnak tekintették (4,18) mint a nemzetközi környezetben történő csoportmunkát, ezzel a megosztott 2. helyezettet érte el. A módszerek alkalmazásának gyakoriságát és vélt hasznosságát összehasonlítva a legnagyobb eltérést ott tapasztaltuk, hogy bár a hallgatók fontosnak tekintették a nemzetközi környezetben végzett csoportmunkát és a szituációs játékokat, ezek ritkák az egyetemi oktatásban. (Lásd 5. táblázat)

Táblázat 5: Oktatás módszertani eszközök alkalmazásának gyakorisága az egyetemi oktatásban és vélt hasznosságuk képzési forma szerinti bontásban

	Gyakoriság*			Fontosság**		
	BSC (n=56)	MSC (n=49)	Összesen (n=105)	BSC (n=56)	MSC (n=49)	Összesen (n=105)
Prezentációtartás előzetes felkészülés alapján.	(3) 3,05	(1) 4,24	(2) 3,61	(1) 4,45	(1) 4,39	(1) 4,42
Kis csoporton belüli megbeszélés, órai csoportmunka.	(2) 3,36	3,7347	(3) 3,53	3,84	3,96	3,90
Csoportmunka prezentálása.	(4) 2,98	(3) 3,96	(4) 3,44	3,89	4,08	3,98
Csoportmunka nemzetközi környezetben, illetve eltérő kultúrájú diákok körében.	1,5091	1,8776	1,68	(3) 4,25	(2-3) 4,18	(2) 4,22
Egy adott témakör közös megvitatása.	(1) 3,82	(2) 3,98	(1) 3,89	(2) 4,27	4,06	(3) 4,17
Szituációs játékok, problémahelyzetekben történő kommunikáció.	2,6786	2,7551	2,7143	4,00	(2-3) 4,18	(4) 4,08

Gyakoriság: 1 – nagyon ritka, 5 - gyakori*

*Fontosság**:1 – nem hasznos, 5 – nagyon hasznos*

Forrás: Kazainé (2015)

Az egyetemi hallgatóknak van igénye a kommunikációs készségük fejlesztésére, ezzel összhangban egyes tantárgyaknál olyan módszertant alkalmaznak (vita, csoportmunka, prezentáció tartás) amely jelentős mértékben fejleszti a kommunikációs készséget. A hatékony kommunikáció elemei közül a legnagyobb figyelmet általában a célok, érdekek tisztázására és az érvrendszer kapja. Ennek a készségnek a fejlesztését szolgálja mind a vita, mind a csoportmunka. A beszédtechnikát és a nem

verbális kommunikációt fejleszti a prezentáció tartás, amely szintén elég gyakori az oktatásban. A jelenlegi képzés legnagyobb hiányossága, hogy nem készít fel a kritikus helyzetekhez kötődő kommunikációra, amikor a kommunikációnak már igazi tétje van. Az önkontroll, tárgyalástechnika, bizalomépítés egyrészt fejleszthető csoportmunkán keresztül, de a legnagyobb hatást a szituációs játékok alkalmazásán keresztül érhetjük el, hiszen az oktató itt tud érdemben visszacsatolást adni és korrigálni, melynek gyakorisága viszont elég ritka.

A szituációs játékokon keresztüli kommunikáció fejlesztés a fő módszertana a különböző kommunikációs tréningeknek. A tréningek lehetőséget adnak, hogy tét nélkül kipróbáljuk magunkat, megismerjük lehetőségeinket. Tréningek széles skálájával találkozhatunk, kezdve az általános kommunikációs tréningektől, a szakma specifikus képzéseikig.

Összefoglalás

A jó kommunikációs készség szinte az élet minden területén nélkülözhetetlen a sikerhez. Felmérésünk szerint ezzel a hallgatók is tisztában vannak. Legfontosabbnak az állásinterjúk, s ezt követően vezetői pozícióban tekintették. A gazdasági jellegű képzés elsősorban a szervezeti kommunikáció fontosságának szerepét erősíti meg a hallgatókban. A tömegkommunikáció hatásával a válaszadók többsége tisztában van, viszont a kommunikációs technikák ismeretének fontosságában nincs teljes körű egyetértés. A kommunikáció mindig szituáció és kontextus függő, a kommunikációs stratégiánkat körültekintően kell megválasztani. Figyelembe kell venni a célközönség sajátosságait, a kommunikációs csatorna jellegét, a kommunikáció célját. A hallgatók a legfontosabbnak azt tekintették, hogy tisztába legyenek saját céljaikkal, megfelelő tárgyi tudással, érvrendszerrel rendelkezzenek, és hogy sikerüljön bizalmat ébreszteniük tárgyalópartnerünkben, amihez fontos, hogy tisztába legyenek tárgyalópartnerünk céljaival, érdekeivel. A legkevésbé fontos tényezőnek a megfelelő tárgyalástechnikák alkalmazását tartották. Ennek fejlesztésében mutatkozik a legnagyobb hiány is. Általában igényük van a hallgatóknak a kommunikációs készségük fejlesztésére, ezzel összhangban egyes tantárgyaknál olyan módszertant alkalmaznak (vita, csoportmunka, prezentációtartás) amely jelentős mértékben fejleszti ezt a készséget. A legnagyobb hiány a kritikus helyzetekben történő kommunikációra való felkészítésben mutatkozik, amikor már nemcsak a gondolatainkat akarjuk közölni, hanem a kommunikációnak már igazi tétje van. Ezekben az esetekben már nagyobb szerepe van az önkontrollnak és a különböző tárgyalástechnikák ismeretének. Ezek bizonyos mértékig csoportmunkán keresztül is fejleszthetők, de a legnagyobb hatást a szituációs játékok alkalmazásán keresztül érhetjük el, hiszen az oktató itt tud érdemben visszacsatolást adni és korrigálni, melynek gyakorisága viszont elég ritka. Ezt a hiányt tudják pótolni a kommunikációs tréningek, ahol tét nélkül kipróbáljuk magunkat, megismerjük lehetőségeinket.

Referenciák

- [1] Alpert, M. Frosch, W. A.-Fischer, S. H. (1967) Teaching the Perception of Expressive Aspects of Vocal Communication. *Am. Journal of Psychotherapy*, Vol. 124, 209-211
- [2] Bauer A – Horváth D (2013): Marketingkommunikáció – Stratégia, új media, fogyasztói részvétel. Akadémia kiadó
- [3] Berelson, B. (1952) *Content Analysis in Communication Research*. Free Press, Glencoe, Ill
- [4] Buda B (2014): A közvetlen emberi kommunikáció szabályszerűségei. <http://mek.oszk.hu/02000/02009/02009.pdf>
- [5] Juslin P. N. – Laukka P. (2003): Communication of Emotions in Vocal Expression and Music Performance: Different Channels, Same Code? *Psychological Bulletin* 2003, Vol. 129. No. 5, 770-814.
<http://ivizlab.sfu.ca/arya/Papers/Others/Communication%20of%20Emotions%20in%20Vocal%20Expression%20and%20Music.pdf>
- [6] Derényi A – Vámos Á. (2015): *Kimeneti leírások kiadvány. "A felsőoktatási szolgáltatások*

- rendszerszintű fejlesztése, 2. ütem” c. kiemelt uniós projekt kiadványa. Oktatási Hivatal
- [7] Fazekas I. – Harsányi D. (2003): Marketingkommunikáció. Szókratész Külgazdasági Akadémia
- [8] Griffin E (2000): Bevezetés a kommunikációelméletbe. Harmat Kiadó, Budapest
- [9] Harrison R. P. (ed.): (1974) Beyond Words: An Introduction to Nonverbal Communication. Englewood Cliffs, N. J.
- [10] Holló S. (2015). Kommunikáció az álláshirdetésekből.
<http://www.virtualtotal.hu/index.php/kommunikacio-az-allashirdetesekbol>. Letöltés dátuma: 2015. febr. 20.
- [11] Kazainé Ónodi A. (2015). Az egyetemi hallgatók véleménye a kommunikációs készség fejlesztésének fontosságáról. 158. sz. műhelytanulmány. http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/1858/1/Kazai_158.pdf
- [12] Komor L (2008): Szervezeti kommunikáció. Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi kar Társadalomtudományi intézete. http://eel2007.uw.hu/szkom_jegy.pdf
- [13] Lázár I (2011): A szervezeti kommunikáció alapfogalmai és kutatásának története. „Információ-tudás-érvényesülés” TÁMOP projekt tanulmánya
http://igyk.pte.hu/files/tiny_mce/File/kari_projektek/informaciotudaservernyesules/tananyagok/1_alprojekt/SZK/01_A_szervezeti_komalapfogalmai.pdf.
- [14] Lombard M. - Snyder-Duch J. –Bracken C. C. (2002): Content Analysis in Mass Communication: Assessment and Reporting of Intercoder Reliability. Human Communication Research Volume 28, Issue 4, 587-604
- [15] Macnamara J. (2006): Media content analysis: Its uses; benefits and best practice methodology. Asia Pacific Public Relations Journal, 6(1), 1-34.
- [16] Moss G (2008): Az eredményes kommunikáció kézikönyve. Bagolyvár Kiadó
- [17] Mcquail D. (2003): A tömegkommunikáció elmélete. Osiris kiadó
- [18] Oláh Zs. (2013): Tanítás-tanulás módszertani eljárások megújításának lehetőségei a felsőoktatásban. <http://www.irisro.org/pedagogia2013januar/0712OlahneZieserZsuzsanna.pdf>
 Letöltés dátuma: 2014. november 25
- [19] Patterson – Grenny – McMillan – Switzler (2002): Crucial Conversations: Tools for Talking when Stakes are high. McGraw-Hill Education
- [20] Pease A – Pease B (2012) A testbeszéd enciklopédiája. Park Könyvkiadó
- [21] Rogers, E. M.-Rogers, E. A.: (1976) Communication on Organizations. The Free Press, New York.
- [22] Suresh K. (2003): Journalism and Mass Communication.
<http://www.peoi.org/Courses/Coursesen/mass/mass1.html>
- [23] Szabó K (2002): Kommunikáció felsőfokon Kossuth Kiadó, 2002
- [24] Yadin D. L. (2000): Hatékony marketingkommunikáció. Geomédia kiadó
- [25] Wacha I. (2011): Nem csak szóból ért az ember - A nonverbális kommunikáció eszköztára. Tinta Könyvkiadó kft