

■ ■ ■ Надпрофессиональные навыки студента высшей школы: коммуникативный аспект

Карпова Д.Н., Капитоненкова Т.Д.

Московский государственный институт международных отношений МИД России (МГИМО Университет), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. В статье представлены результаты анализа надпрофессиональных навыков, которые в последнее время становятся ключевым элементом конкурентоспособности выпускников вузов. Также приводятся данные всероссийских опросов СберПодбора, Работы.ру и НИУ ВШЭ, демонстрирующие явный запрос рынка труда на такие soft skills как: креативность, адаптивность и коммуникативная грамотность. Акцент на последних, уже закрепленных во ФГОС ВО 3++, не находит адекватного отражения в реальной подготовке выпускников вузов, что подтверждается обратной связью от работодателей, которые отмечают дефицит умений в публичных выступлениях, аргументации и командном взаимодействии. В частности, отмечаются слабые места в кинетическом имидже, уверенности и структурированности речи. Это указывает на системный разрыв между прописанными образовательными стандартами и практикой формирования коммуникативного потенциала студентов высшей школы. Авторами предлагается рассмотреть методики диагностики коммуникативной составляющей надпрофессиональных навыков студентов (тест Ряховского, методика диагностики коммуникативной и социальной компетентности КОСКОМ, методика оценки коммуникативного и организаторского потенциала КОС). Помимо приведенных оценочных методов, авторы предлагают учитывать структуру публичного выступления, включающую пять фундаментальных элементов для эффективного построения речи: аудиально-визуальный, цель, структура, поддержание контакта с аудиторией, а также психо-эмоциональное состояние спикера. Особый акцент сделан на исследовании эмоционального интеллекта, который служит когнитивно-эмоциональным фундаментом надпрофессиональных навыков, усиливая их практическое применение в коммуникации, а также рассматривается как социальный капитал, способствующий успешной интеграции индивида в группы, организации и общество в целом.

Ключевые слова: надпрофессиональные навыки, коммуникативные навыки, soft skills, публичные выступления, эмоциональный интеллект, каналы коммуникации

Для цитирования: Карпова Д.Н., Капитоненкова Т.Д. Надпрофессиональные навыки студента высшей школы: коммуникативный аспект // Коммуникология. 2025. Том 13. № 2. С. 120-130. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-2-120-130.

Сведения об авторах: Карпова Дарья Николаевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии МГИМО МИД России. ORCID: 0000-0003-4859-7822. E-mail: d.karпова@inno.mgimo.ru. Капитоненкова Татьяна Дмитриевна – аспирант кафедры социологии МГИМО МИД России, научный сотрудник исследовательской лаборатории «Наука и университеты в зеркале социальных институтов». ORCID: 0009-0005-0071-7372. E-mail: t.kapitonenkova@inno.mgimo.ru. Адрес: 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 76.

Статья поступила в редакцию: 18.05.2025. *Принята к печати:* 20.06.2025.

Конфликт интересов: отсутствует.

Введение. В условиях трансформации современной системы высшего образования, а в дальнейшем и меняющихся трудовых отношений между выпускником вуза и работодателем, все чаще звучит риторика о пересмотре структуры профессиональных компетенций и ее «повороте» в сторону развития так называемых «мягких навыков» (soft skills). В научной и жанровой литературе можно встретить термины «межпредметные», «неакадемические», «сквозные» или «универсальные» навыки, которые становятся частью развития специфического человеческого капитала всех людей, в особенности выпускников вузов, как залог их успешной социальной адаптации в мире будущих профессий. В данной работе мы будем использовать не менее популярный термин «надпрофессиональные навыки», подразумевая некие фундаментальные *метанавыки*, лежащие в основе всех остальных, которые обеспечивают адаптацию к вызовам современной VUCA-среды¹.

Материалы, методы и обзор эмпирических исследований. В 2024 году СберПодбор и Работа.ру провели всероссийский анкетный опрос представителей компаний, руководителей, HR-директоров, рекрутеров и HR-специалистов (более 350 российских компаний и 3600 пользователей сервисов из всех регионов России) с целью выявить наиболее востребованные навыки соискателей. Полученные данные демонстрируют выраженную ориентацию именно на надпрофессиональные формы. Согласно результатам этого всероссийского опроса, проектный менеджмент (планирование, организация процессов, управление ресурсами и рисками) был выделен 52% респондентов как критически значимый фактор карьерного роста. Креативность и способность к решению нестандартных задач заняли вторую позицию (49%). Быстрая адаптивность к изменениям и обучаемость отмечена 38% респондентов. Остальные приоритетные направления искомых навыков распределились следующим образом: коммуникативные навыки (активное слушание, публичные выступления, аргументация, переговорные навыки и решение конфликтов) – 35%; управление командой – 29%; эмоциональный интеллект – 23%; навыки самопрезентации – 19%².

Релевантными в контексте изучения надпрофессиональных навыков оказались результаты исследования аналитиков института образования НИУ ВШЭ³. Они изучали профиль «мягких» навыков, востребованных ведущими работода-

¹ VUCA-среда – это акроним, объединивший четыре понятия, которые раскрывают суть неподконтрольных человеку явлений современной эпохи (volatility, uncertainty, complexity, ambiguity).

² Работодатели оценили итоги I квартала 2024 года // Rabota.ru [эл. ресурс]: <https://press.rabota.ru/rabotodateli-otsenili-itogi-i-kvartala-2024-goda> (дата обращения: 06.03.2025).

³ Исследование профиля надпрофессиональных компетенций НИУ ВШЭ // Институт образования ВШЭ [эл. ресурс]: <https://ioe.hse.ru/pubs/share/direct/575367055.pdf> (дата обращения: 06.03.2025).

лями при приеме на работу студентов и выпускников университетов и молодых специалистов. Основной вопрос исследования: «Какие именно навыки наиболее актуальны для развития у студентов вузов, чтобы они соответствовали ожиданиям работодателей и потребностям рынка труда?» Целью исследования стало формирование профиля ключевых универсальных качеств (надпрофессиональных), в оценке и развитии которых заинтересованы все три агента: студенты, университеты и работодатели. В рамках этого проекта был проведен онлайн-опрос среди представителей работодателей, сотрудников профессорско-преподавательского состава университетов и студентов российских вузов. В исследовании приняли участие 2656 респондентов: 130 представителей системы высшего образования – проректоров и преподавателей университетов, 780 представителей работодателей (HR-специалисты и управленцы), 1746 студентов. Мнение респондентов всех трех групп (работодателей, представителей университетов, студентов) совпало по критически важным надпрофессиональным навыкам: «партнерство/сотрудничество», «коммуникативная грамотность», «планирование и организация», «саморазвитие» [Степашкина и др. 2022].

В процессе исследования применены *следующие методики диагностирования коммуникативных навыков студентов высшей школы*: Коммуникативные и организаторские склонности» (КОС); методика определения уровня развития коммуникативных навыков студентов (тест Ряховского); методика диагностики коммуникативной и социальной компетентности (КОСКОМ).

Первая методика «Коммуникативные и организаторские склонности» (КОС)¹, разработанная В.В. Синявским и В.А. Федорошиным, представляет собой инструмент оценки коммуникативного и организаторского потенциала. Эта методика часто применяется и в образовательной среде, включая высшие учебные заведения для количественной оценки надпрофессиональных навыков студентов. Базовый принцип, заложенный в методике – самооценка своего поведения в конкретной ситуации. Опросник Синявского и Федорошина включает в себя 40 вопросов, которые поделены пополам, 20 вопросов, направленные на диагностику коммуникативного потенциала, и 20 – организаторского, соответственно. Среди вопросов на определение коммуникативных навыков следующие: «Нравится ли Вам постоянно находиться среди людей?», «Верно ли, что Вам приятнее и проще проводить время с книгами или за каким-либо другим занятием, чем с людьми?», «Испытываете ли Вы чувство затруднения, неудобства или стеснения, если приходится проявить инициативу, чтобы познакомиться с новым человеком?» и др. Полученные результаты можно условно поделить на три категории:

1) слабо развитые коммуникативные склонности (такие испытуемые, как правило, чувствуют себя некомфортно в компании новых людей, предпочитая одиночество);

¹ Синявский В. А., Федорошин Б. А. Методика оценки коммуникативных и организаторских склонностей КОС-1 [эл. ресурс]: https://kbmk.org/uploads/kolledj/vosp_rabota/20170830_izuch_grup_vzaimod.pdf (дата обращения: 16.04.2025).

2) средне развитые коммуникативные склонности, то есть те, кто стремятся к контакту с другими людьми и чувствуют себя при этом комфортно;

3) высокий уровень проявления коммуникативных склонностей (эти испытуемые никогда не теряются в новой обстановке, быстро находят коммуникантов и получают от этого удовольствие)¹.

Вторая методика определения уровня развития коммуникативных навыков студентов, предложенная советским психологом В.Ф. Ряховским, именуется как тест общительности или тест Ряховского [см., например: Куликова 2008]. Данная методика диагностирует экстраверсивные склонности при межличностном взаимодействии. Этот подход основан на дихотомии «да / нет / иногда» и позволяет квантифицировать коммуникативную восприимчивость. В качестве примера приведем следующее высказывание, которое подвергается оценке: «Услышав где-либо в кулуарах высказывание явно ошибочной точки зрения по хорошо известному вам вопросу, предпочитаете ли вы промолчать и не вступать в разговор». Полученные очки за все 16 вопросов суммируются, и по классификатору определяется, к какой категории относятся испытуемый: от явно некоммуникабельного и стеснительного до многословного, ищущего дискуссий и даже чрезмерно активного актора, способного вмешаться в чужую коммуникацию, нарушив её.

Третья методика диагностики коммуникативной и социальной компетентности КОСКОМ В.Н. Куницыной. Опросник включает в себя 90 суждений и 15 шкал, объединенных в шесть тематических блоков:

- 1) конкретные личностные свойства;
- 2) знание сильных и слабых сторон своего имиджа;
- 3) знание механизмов человеческого взаимодействия;
- 4) степень речевой умелости и сформированности навыков взаимодействия;
- 5) общая социальная ориентация и осведомленность;
- 6) ложь [Куницына и др. 2001].

Каждый блок оценивает отдельный аспект компетентности испытуемого: от когнитивной оценки социальных процессов до практических навыков коммуникации.

Результаты исследования и их обсуждение

Коммуникативный аспект надпрофессиональных навыков студентов.

Очевидное доминирование надпрофессиональных навыков в полученных данных, а именно коммуникативных, на которых мы остановимся далее, подтверждает необходимость их изучения и развития, особенно в контексте высшей школы. Так, в последней версии ФГОС ВО 3++ «универсальной» компетенцией для всех 58 направлений подготовки и специальностей: от инженерно-технической,

¹ Синявский В. А., Федорошин Б. А. Методика оценки коммуникативных и организаторских склонностей КОС-1 [эл. ресурс]: https://kbmk.org/uploads/kolledj/vosp_rabota/20170830_izuch_grup_vzaimod.pdf (дата обращения: 16.04.2025).

авиационной и ракетостроительной до социально-гуманитарной и сельскохозяйственной, стала именно коммуникация (УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (-ах)). Однако HR-специалистами при найме на работу выпускников вузов отмечается явная неразвитость именно коммуникативной составляющей и таких навыков студентов, как: умение слушать, убеждать; способность аргументировать; навыки публичного выступления и самопрезентация; способность к командной работе; эффективное поведение в неопределенных, критических ситуациях. Недостаточно развитые навыки коммуникации отмечаются у студентов российских вузов. Социальными учёными в ходе исследования студентов Новосибирского государственного педагогического университета было выявлено, что у опрошенных наименее развиты умение самопрезентации и уверенности в себе. Они испытывают сложности в ситуациях, когда необходимо грамотно и выигрышно представить свои достоинства, произвести благоприятное впечатление на слушателей [Степанова, Зеер 2019].

В рамках образовательного курса «Аналитические коммуникации и визуализация данных», преподаваемого в МГИМО МИД России на программах бакалавриата и магистратуры, первый автор данной работы ежегодно проводит скрининг-опрос обучающихся, направленный на самодиагностику коммуникативных навыков публичного выступления. В него включены следующие параметры и их показатели: дикция (четкое произнесение звуков), интонация, дыхание (сбивчивое/ровное), кинетический имидж (жесты, положение тела в пространстве), уверенность (положительная оценка самого себя и своего сообщения), формулирование мыслей (грамотность, структурность речи и четкость изложения), слова-паразиты (наличие/отсутствие), ответы на вопросы (умение быстро среагировать и дать четкий ответ), память (быстрое запоминание и умение выступать без подсказок). В ходе этого опроса ежегодно выявляются идентичные слабые параметры навыков публичного выступления. Среди них: уверенность (средняя оценка 5 из 10), кинетический имидж (4 из 10), формулирование мыслей (5 из 10).

Процесс построения публичной речи в контексте развития надпрофессиональных коммуникативных навыков студентов высшей школы. Как было отмечено ранее, в ходе самодиагностики коммуникативных навыков студентов, одним из самых слабых оказался навык публичного выступления. Далее рассмотрим, какие наиболее структурные элементы при построении своей речи стоит учитывать. Начнем с того, что публичное выступление – это обмен информацией, эмоциями, впечатлениями, мыслями, энергетикой между тем, кто выступает (спикер/оратор) и тем, кто принимает сообщение/слушает (аудитория). Обмен происходит посредством трёх базовых каналов коммуникации: вербальный (это смысловая нагрузка речи, слова, предложения, причинно-следственные связи), вокальный (это тембр, интонации, громкость, дикция, темп, паузы, акценты, тон речи), невербальный (как выглядеть, какие использовать жесты и мимику,

осанка, статика или динамика в движении тела, зрительный контакт с аудиторией). Один из ведущих тренеров в области ораторского мастерства в России А. Соболев предлагает выделять пять составляющих публичного выступления: цель, визуально-аудиальная, содержательная, поддерживающая контакт, а также психо-эмоциональная составляющая.

Цель является первостепенной составляющей публичного выступления. Определение цели выступления – важная стадия подготовки для любой публичной коммуникации. Цель и коммуникация вообще взаимообусловленные понятия, коммуникация в принципе имеет место только в связи с какой-либо целью (*прим. – целевая коммуникация*) [Жебит 2005]. Прежде, чем начать писать текст, необходимо определить, какая именно цель будущей коммуникации с аудиторией, и какая реакция может последовать от аудитории после выступления. Примерами формулировки цели могут стать следующие: проинформировать аудиторию о некоторых фактах, новостях, нововведениях; купить товар или услугу, которые презентуются; принять и утвердить проект, бюджет, бизнес-план или предложение; изменить мнение аудитории о предмете обсуждения; развеселить людей и проч. Понимание цели публичного выступления позволяет не просто грамотно к нему подготовиться, но и придаст вдохновения спикеру и позволит подобрать нужные слова и продумать подачу материалов для конкретной аудитории [Непряхин 2019: 18-22]. Важно учесть наличие так называемого «послания» (message) – это главная мысль, которая должна остаться в головах у аудитории после окончания выступления. Критерии к посланиям достаточно простые: проходить красной нитью через все выступление, быть понятным каждому слушателю, запоминаться.

Визуально-аудиальная составляющая включает в себя тембр и темп голоса, а также жестикуляцию и положение тела в пространстве (кинетический имидж спикера). Считается, что тембрально низко звучащий голос воспринимается аудиторией более доверительно, чем высокий. Значительно занижить тембр можно с помощью сокращения темпа речи и за счет перехода на средний или нижний регистр своего голосового аппарата. Верхний же регистр самый коварный: используя спикер его, аудитория подсознательно начинает нервничать, так как он ассоциируется с плачем младенца или визгом животного. Средний и низкие регистры голоса наиболее благоприятны для восприятия аудиторией, так как вызывают чувство доверия и комфорта. Помимо регистра стоит помнить о паузах в своей публичной речи. С опытом приходит понимание, когда именно необходимо на мгновение (*прим.: пауза – это многозначительное молчание*) остановиться, чтобы зал замер [Джумма 2020: 50-55]. Кинетический имидж (*прим.: от греческого kinetikos – «приводящий в движение» – область науки, касающаяся движений или положений различных частей тела человека*) – элемент персонального имиджа человека, который создает о нем представление на основе характерных движений, осанки, позы, мимики, жестикуляции, взгляда. Жестикуляция (преимущественно открытыми жестами кистей) осуществляется в пределах зоны

живота (не выше груди, не ниже пояса), а положение тела находится не в статике, а незначительной динамике для того, чтобы корпус говорящего был обращен к каждому из присутствующих в аудитории людей.

Содержательная составляющая подразумевает логическое изложение сообщения, основываясь на принципах композиции: вступление, основная часть, кульминация, заключение. В публичном выступлении также выделяются эти 4 части. Весьма приблизительно соотношение трех основных частей (кульминация является частью основной части) можно представить в следующих процентах: 20% от общего объема выступления – вступление, 60% – основная часть, 20% – финал [Гандапас 2020]. Во вступлении спикер устанавливает контакт с аудиторией (используя также некоторые приемы для «якоря» внимания аудитории), знакомит с темой, целями, регламентом, интригует, заинтересовывает аудиторию. В основной части – излагает основные тезисы и идеи своего выступления, разъясняет выдвинутые положения, аргументирует позицию (как с применением рациональной, так и эмоциональной аргументации), полностью раскрывает свои тезисы, приходит к выводам. В заключении спикер резюмирует основные мысли, суммирует ключевые положения, достигает поставленных целей.

Поддерживающая контакт с аудиторией составляющая основывается на умении спикера вовлекать и поддерживать интерес аудитории к своему сообщению. Бесспорно, зрительный контакт является самым надежным способом поддерживать эту связь. Спикер, читающий свою речь «с листа», не имеет возможности в полной мере контролировать внимание аудитории. Считается, что в установлении и поддержании зрительного контакта самыми пренебрегаемыми частями зала являются последние ряды и крайние места слева и справа. Именно оттуда раздаются самые каверзные вопросы, так как оратор не уделяет сидящим там достаточного внимания [Гандапас 2020]. Кроме зрительного контакт с аудиторией необходимо постоянно стимулировать аудиторию ко взаимодействию со спикером, например, с помощью прямых/ риторических вопросов или призывов к какому-то физическому действию (поднять руки, аплодировать, написать/ сделать что-то и проч.)

Эмоциональная составляющая публичного выступления весьма субъективна по своей сути, ее крайне сложно калькулировать. Она касается психоэмоционального состояния конкретного человека в момент его публичного выступления: уверенность, харизма и эмоции, которые спикер транслирует своей аудитории. Одна из основных задач в моменте коммуникации с аудиторией – вызвать и эмоции у аудитории, и не бояться своих собственных. В этом контексте необходимо сделать важное теоретико-методологическое отступление на исследования в области изучения эмоционального интеллекта, который в последнее время становятся объектом пристального внимания со стороны экспертов в области психологии, социологии и коммуникологии [Экман 2024]. Понятие эмоциональный интеллект впервые было предложено американскими исследователями Д. Мейром и П. Саловей в одноименной статье [Salovey, Mayer 1989-90],

однако в начале 90-х годов термин не получил широкой известности. Популярность понятие эмоциональный интеллект приобрело позже, благодаря Д. Гоулману в 1995 году после публикации книги «Эмоциональный интеллект», где утверждалось, что он зачастую важнее когнитивного (IQ). Эмоциональный интеллект в концепции ученого определяется как способность распознавать, понимать, управлять и использовать собственные эмоциональные состояния и эмоциональные реакции других людей для достижения положительных результатов в межличностных отношениях в различных ситуациях, например, при урегулировании конфликтов и, конечно, в публичных выступлениях. Именно в этом контексте мы будем рассматривать эмоциональный интеллект как еще один ключевой канал коммуникации и интерпретации социальных сигналов, а также как метод повышения эффективного взаимодействия между оратором и аудиторией, поскольку он лежит в основе эмпатии, саморегуляции и социальной восприимчивости – качеств, необходимых для развития остальных надпрофессиональных навыков [Гоулман 2022]. Способность к эмпатии, являющаяся компонентом эмоционального интеллекта, позволяет точно интерпретировать эмоции собеседника и адаптировать свой стиль общения. Это критически важно в: переговорах (способность улавливать и понимать невербальные сигналы), менеджменте (мотивация сотрудников через понимание их потребностей), межкультурных коммуникациях (учет эмоциональных норм разных социумов) [Mayer et al. 2008]. Люди с высоким эмоциональным интеллектом лучше контролируют свои эмоциональные реакции, что снижает эскалацию конфликтов и способствует конструктивному диалогу. Исследования в организационной психологии показывают, что команды с развитым эмоциональным интеллектом демонстрируют на 40% более высокую продуктивность в стрессовых ситуациях [Lopes et al., 2003]. В условиях цифровизации, где живое общение частично замещается опосредованными форматами (мессенджерами, видеоконференциями), способность «считывать» эмоции через ограниченные каналы коммуникации становится особенно важно. Уже сейчас эмоциональный интеллект приобретает новые спецификации, такие как: управление цифровым имиджем с помощью эмоционально грамотных сообщений, профилактика эмоционального выгорания в современных условиях гибридного труда. Рассматривая значимость эмоционального интеллекта как социального навыка с позиции социологии труда можно сказать, что именно он становится одним из главных факторов в командной работе, лидерстве и публичных выступлениях.

Выводы. Современная система высшего образования сталкивается с необходимостью пересмотра подходов к формированию всех компетенций выпускников. В условиях растущей неопределенности VUCA-среды и динамики рынка труда ключевым приоритетом становится развитие надпрофессиональных навыков, которые обеспечивают адаптивность, креативность и эффективную коммуникацию. Коммуникативная грамотность, включая навык публичного выступления,

понимание и умение использовать свой эмоциональный интеллект выделяются нами как критически важные метанавыки, формирующие основу для успешной интеграции выпускников в быстро меняющийся мир. Считаем, что образовательные программы высшей школы требуют усиления практико-ориентированной составляющей, направленной на отработку навыков публичного выступления, командного взаимодействия и управления конфликтами. С применением диагностических методик оценивания коммуникативных навыков (КОС, тест Ряховского, КОСКОМ) студентов, акцент образовательной среды должен сместиться с пассивного (теоретического) усвоения знаний к активному применению надпрофессиональных навыков в смоделированных ситуациях, что позволит студентам преодолевать сложности в публичной коммуникации. Важно отметить, что изменения в образовательных программах высшей школы предполагают обновление содержания дисциплин и укрепление диалога между академическим сообществом, работодателями и студентами. Синергия теоретической подготовки, тренинг-форм отработки полученных навыков и реальная практика (систематические публичные выступления в данном контексте) может сократить разрыв между ожиданиями рынка труда и реальными способностями выпускников вузов.

Источники

- Гандапас Р. (2020). Камасутра для оратора. Десять глав о том, как получать и доставлять максимальное удовольствие, выступая публично. М.: Манн, Иванов и Фербер.
- Гουλман Д. (2022). Эмоциональный интеллект: почему он может значить больше, чем IQ / пер. с англ. Е. Ефимова, 12-е изд., перераб. и доп. М.: Манн, Иванов и Фербер.
- Джумма Т. (2020). Говорить красиво и убедительно. Как общаться и выступать легко и эффективно: практическое руководство по коммуникациям. М.: АСТ.
- Жебит В.А. (2005). Теория коммуникации. Нелинейная коммуникация. М.: Спутник.
- Куликова Л.Н., ред. (2008). Оценка уровня общительности (тест В.Ф. Ряховского) // Исследование гуманитарной культуры студентов: сборник диагностических методик. Хабаровск: Тихоокеанский государственный университет. С. 43-45.
- Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погорьша В.М. (2001). Межличностное общение. Учебник для вузов. СПб.: Питер.
- Непряхин Н. (2019). Как выступать публично: 50 вопросов и ответов. М.: Альпина Паблишер.
- Степанова Л.Н., Зеер Э.Ф. (2019). Soft Skills как предикторы жизненного самоосуществления студентов // Образование и наука. Том 21. № 8. С. 65-89.
- Степашкина Е.А., Суходоев А.К., Гужеля Д.Ю. (2022). Исследование профиля надпрофессиональных компетенций, востребованных ведущими работодателями при приеме на работу студентов и выпускников университетов и молодых специалистов. М.: НИУ ВШЭ, Институт образования (Современная аналитика образования. № 2 (62)).
- Экман П. (2024). Психология эмоций. Я знаю, что ты чувствуешь. СПб.: Питер.
- Lopes P., Salovey P., Straus R. (2003). Emotional Intelligence, Personality, and the Perceived Quality of Social Relationships. *Personality and Individual Differences*. P. 641-658. DOI: 10.1016/S0191-8869(02)00242-8.
- Mayer J., Roberts R., Barsade S. (2008). Human abilities: emotional intelligence. *Annual Review of Psychology*. Vol. 59. P. 507-536. DOI: 10.1146/annurev.psych.59.103006.093646.
- Salovey P., Mayer J. (1989-90). Emotional intelligence. *Imagination, imagination, cognition and personality*. Vol. 9 (3). P. 185-211. DOI: 10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG.

■ ■ ■ Soft Skills of a Higher Education Student: communicative aspect

Karpova D.N., Kapitonenkova T.D.

Moscow State Institute of International Relations (MGIMO – University), Moscow, Russia.

Abstract. The article represents the results of the empirical analysis analyzes students' soft skills, which have recently become a key element of the competitiveness of university graduates. It also provides data from all-Russian surveys of SberPodbor, Rabota.ru and the National Research University Higher School of Economics, demonstrating a clear demand from the labor market for such skills like creativity, adaptability and communicative literacy. The emphasis on the latter, already enshrined in the Federal State Educational Standard of Higher Education 3++, is not adequately reflected in the actual training of university graduates, which is confirmed by the feedback from employers who note a deficit of skills in public speaking, argumentation and teamwork, and university teachers. In particular, it points to the weaknesses in kinetic image, confidence and structured speech. Further, this reflects a systemic gap between declared educational standards and the practice of forming the communicative potential of higher education students. The authors propose to consider methods for diagnosing communicative potential (Ryakhovsky test, the method of diagnosing communicative and social competence KOSKOM, the method of assessing the communicative and organizational potential KOS). In addition to the above assessment methods, the authors propose to take into account the structure of a public speech, which includes five fundamental elements for effective speech construction: audio-visual, purpose, structure, maintaining contact with the audience, as well as the psycho-emotional state of the speaker. Particular emphasis is laid on the study of emotional intelligence, which serves as a cognitive-emotional foundation for soft skills, enhancing their practical application in communication, and is also considered as social capital that contributes to the successful integration of an individual into groups, organizations and society as a whole.

Keywords: communication, communication skills, soft skills, public speaking, emotional intelligence, communication channels

For citation: Karpova D.N., Kapitonenkova T.D. (2025). Soft skills of a higher education student: communicative aspect. *Communicology*. Vol. 13. No. 2. P. 120-130. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-2-120-130.

Inf. about the authors: Karpova Daria Nikolaevna – CandSc (Soc.), associate professor of Sociological Department, MGIMO-University. *ORCID:* 0000-0003-4859-7822. *E-mail:* d.karpova@inno.mgimo.ru. Kapitonenkova Tatyana Dmitrievna – postgraduate student of Sociological Department, MGIMO-University; research fellow of the research laboratory "Science and universities in the mirror of social institutions". *ORCID:* 0009-0005-0071-7372. *E-mail:* t.kapitonenkova@inno.mgimo.ru. *Address:* 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 76.

Received: 18.05.2025. *Accepted:* 20.06.2025.

References

- Ekman P. (2024). Psychology of emotions. I know what you feel. St. Petersburg: Piter (in Rus.).
Gandapas R. (2020). The Kama Sutra for the Speaker. Ten Chapters on How to Receive and Deliver Maximum Pleasure When Speaking in Public. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber (in Rus.).

Goleman D. (2022). Emotional Intelligence: Why It Can Mean More Than IQ (transl. E. Efimova), 12th ed. rev. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber (in Rus.).

Jumma T. (2020). Speak Beautifully and Persuasively. How to Communicate and Speak Easily and Effectively: A Practical Guide to Communications. Moscow: AST (in Rus.).

Kulikova L.N., ed. (2008). Assessment of the level of sociability (Ryakhovsky test). In: Study of the humanitarian culture of students: a collection of diagnostic methods. Khabarovsk: Pacific State University. P. 43-45 (in Rus.).

Kunitsyna V.N., Kazarinova N.V., Pogolsha V.M. (2001). Interpersonal communication. Textbook for universities. SPb.: Piter (in Rus.).

Lopes P., Salovey P., Straus R. (2003). Emotional Intelligence, Personality, and the Perceived Quality of Social Relationships. *Personality and Individual Differences*. P. 641-658. DOI: 10.1016/S0191-8869(02)00242-8.

Mayer J., Roberts R., Barsade S. (2008). Human abilities: emotional intelligence. *Annual Review of Psychology*. Vol. 59. P. 507-536. DOI: 10.1146/annurev.psych.59.103006.093646.

Nepryakhin N. (2019). How to speak in public: 50 questions and answers. Moscow: Alpina Publisher (in Rus.).

Salovey P., Mayer J. (1989-90). Emotional intelligence. *Imagination, imagination, cognition and personality*. Vol. 9 (3). P. 185-211. DOI: 10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG.

Stepanova L.N., Zeer E.F. (2019). Soft Skills as predictors of students' life self-fulfillment. *Education and Science*. Vol. 21. No. 8. P. 65-89 (in Rus.).

Stepashkina E.A., Sukhodoev A.K., Guzhelya D.Yu. (2022). A study of the profile of supra-professional competencies demanded by leading employers when hiring university students, graduates and young professionals. Moscow: National Research University Higher School of Economics, Institute of Education (Modern Analytics of Education. No. 2 (62)) (in Rus.).

Zhebit V.A. (2005). Communication Theory. Nonlinear Communication. Moscow: Sputnik (in Rus.).