

**ПРОБЛЕМА ВИВЧЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ЯКОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРА ОСВІТИ**

*У статті робиться спроба систематизації матеріалів про види комунікацій, представлених російськими та зарубіжними вченими, що вивчали проблему комунікацій; представлено, види ділового спілкування, культуру ділового спілкування, представлені методики по виявленню комунікативних здібностей особистості, а також методика по формуванню і розвитку комунікаційних здібностей, показані перспективи подальших розвідок у цьому напрямі.*

**Ключові слова:** комунікація, ділове спілкування, комунікативні здібності, міжособове спілкування, діловий етикет.

У життя людини процеси комунікації грають надзвичайно важливу роль, тому вони привертають увагу фахівців з самих різних областей знання: філософії, психології, соціології, культурології, лінгвістики, журналістики, менеджменту та ін.

Найактивніше процеси комунікацій почали вивчатися з другої половини ХХ століття. Так, в 1950-1960-і роки найбільший науковий інтерес викликали способи формалізації повідомлення, його кодування і декодування, передача інформації від адресанта до адресата. Ці дослідження велися в межах нових тоді наук: кібернетики і інформатики. Спілкування в них розглядалося як односторонній інформаційний процес, в якому найбільша увага приділялася способам формалізації повідомлення, а велика частина визначень спілкування зводилася до ідеї передачі інформації від автора до адресата.

Сфера виробничої комунікації в нашій країні вивчалася, в основному, в інженерній психології. Останнім же часом ведуться розробки і в напрямку комунікаційного менеджменту та прикладної риторики.

Стиль спілкування (мовного і невербального), поведінка керівника, взаємодія працівників у процесі роботи, написання службових документів та інші аспекти можуть, як поліпшити роботу підприємства, так і завдати їй істотної шкоди.

У зв'язку з розвитком ринкових відносин з виробничої виділилася сфера бізнес-комунікації або ділового спілкування. В останні роки з'явилося чимало публікацій навчальної та довідкової літератури з комунікації та культури спілкування, поширилися комунікативні знання і прийоми. Фундаментальна розробка багатьох проблем психології особистості та міжособистісного спілкування міститься в працях видатних російських психологів В.М. Бехтерева, Л.С. Виготського, С.Л. Рубінштейна, А.А. Ухтомського та їх численних послідовників, у тому числі Б.Г. Ананьєва, А.Н. Леонтьєва, В.М. Мясіщева та ін.

Цю проблему давно вивчають і за кордоном. У роботах В. Зігерта, Т. Пітерса, Р. Уотермена та інших, накопичений достатній досвід у підготовці менеджерів, який можна використовувати і в нашій країні.

Класифікація Р. Марра найбільш адекватно відображає всі аспекти професійної діяльності менеджера. В умовах ринкової економіки відбувається зміна профілю необхідних керівнику якостей.

Згідно досвіду зарубіжних дослідників, якщо раніше провідне місце займала професійна компетентність, то тепер у сучасних умовах поряд з нею таке ж, якщо не більше значення мають методична та соціальна компетентність.

Відповідно до проведених Р. Марром досліджень, чим вище становище керівника, тим менше значення професійної компетентності в порівнянні з методичною та соціальною кваліфікацією: розподіл компетенцій. Найбільший інтерес для нас представляє соціальна компетентність. За Марром, 70% свого часу керівники витрачають на спілкування. Отже, успіх підприємства або фірми значною мірою залежить від здатності керівника спілкуватися з людьми всередині колективу і поза ним. Коли в 90-х роках минулого століття в США з'явилися перші школи бізнесу, школи підготовки менеджерів, у програмі навчання не було вузькопрофесійних предметів по економіці, праву, політиці. Учбовий час був присвячений розвитку чотирьох головних умінь керівників і бізнесменів: уміння слухати, уміння говорити, уміння читати і уміння писати.

І зараз у багатьох інститутах і школах в США і західній Європи читається курс "Процеси комунікації", де можна знайти такі розділи, як "Уміння бути зрозумілим для співрозмовника", "Уміння переконувати і умовляти". У цих курсах велика увага приділена процесу бесіди. На жаль, цьому курсу приділяється ще недостатня увага у планах підготовки менеджерів-керівників у нас. Адже тільки через спілкування з людьми можна добитися чіткого розуміння цілей роботи колективу, створюючи тим самим основу мотивації співробітників. При цьому неформальному спілкуванню треба приділяти не менше уваги, ніж формальному.

У наші дні дуже часто використовують слово "комунікація" як кліше, не замислюючись про його значення. Звернемося до етимології цього терміну, у своїй праці "Ефективна комунікація" Дж. Адаір відмічає: "Саме слово "комунікація" походить від латинського дієслова *communicare*: повідомляти, брати участь, розділяти. Це дієслово, у свою чергу, походить від слова *communis*, яке переводиться як "загальний". Таке визначення, приміром, застосовувалося до громадських земель, користуватися якими міг кожен. Таким чином, вже саме походження слова "комунікація" вказує на його широке значення. І дійсно, на самому початку термін "комунікація" припускав у тому числі і обмін матеріальними об'єктами. З часом його використання обмежилось передачею нематеріальних або абстрактних речей, і саме в цьому сенсі ми його використовуємо в наш час" [1, с. 11].

Власне термін "комунікація" з'явився в науковій літературі на початку ХХ ст. (хоча, ймовірно, перша модель комунікації була запропонована ще Аристотелем, який виділив такі компоненти процесу комунікації, як оратор, мова й аудиторія).

У психологічній і соціологічній літературі спілкування і комунікація розглядаються як пересічні, але несинонімічні поняття. Якщо термін "комунікація", який з'явився в науковій літературі на початку ХХ століття, використовується для позначення засобів зв'язку будь-яких об'єктів матеріального і духовного світу, процесу передачі інформації від людини до людини (обмін уявленнями, ідеями, установками, настроями, почуттями і тому подібне в людському спілкуванні), а також передачі й обміну інформацією в суспільстві з метою дії на соціальні процеси, то спілкування розглядається як міжособова взаємодія людей при обміні інформацією пізнавального або афективно-оцінного характеру. Серед основних функцій

спілкування також виділяються контактна, покликана задовольнити потребу людини в контакті з іншими людьми, і впливова, яка проявляється в постійному прагненні людини певним чином впливати на свого партнера. Тому спілкування означає дію, обмін думками, поглядами, впливами, а також узгодження або потенційний або реальний конфлікт.

Існує погляд, що базовою категорією все-таки є комунікація, яка протікає між людьми у формі спілкування як обмін знаковими утвореннями (повідомленнями). Але існує і протилежне трактування співвідношення понять "спілкування" і "комунікація", в якій основною категорією вважається спілкування, а в структурі останнього виділяються комунікація (обмін інформацією), інтеракція (організація взаємодії і дії), перцепція (чуттєве сприйняття як основа взаєморозуміння). При цьому комунікація виступає свого роду посередником між індивідуальною і суспільно значимою інформацією. Таким чином, в обох випадках, незважаючи на зовнішні відмінності, основний упор робиться на механізм, який переводить індивідуальний процес передачі і сприйняття інформації в соціально значимий процес персональної і масової дії.

Аналіз різних підходів до цього питання показує, що поняття "спілкування" і "комунікація" мають як загальні ознаки, так і відмінності. Загальними є їх співвіднесеність з процесами обміну і передачі інформації і зв'язок з мовою як засобом передачі інформації. Відмітні ознаки обумовлені відмінністю в обсязі змісту цих понять (вузькому і широкому). Це пов'язано з тим, що вони використовуються в різних науках, які на перший план висувають різні аспекти цих понять. Уважатимемо, що за спілкуванням в основному закріплюються характеристики міжособової взаємодії, а за комунікацією закріплюється додаткове значення - інформаційний обмін у суспільстві. На цій підставі спілкування є соціально обумовленим процесом обміну думками і почуттями між людьми в різних сферах їх пізнавально-трудової і творчої діяльності, що реалізується головним чином за допомогою вербальних засобів комунікації.

Системне розуміння суті спілкування, його багатофункціональної природи можна виявити і в працях Б.Ф. Ломова, А.А. Брудного, Л.А. Карпенко.

Міжособове (довірче) спілкування має основною метою встановлення психологічного контакту, а як стратегічна мета - формування дружніх міжособових стосунків. Якщо ділове спілкування спрямоване на організацію спільної діяльності і виконання професійних, службових, ділових завдань, то в міжособовому спілкуванні встановлюється і зберігається психологічний контакт, воно сприяє задоволенню потреби у визнанні і прийнятті, релаксації і збереженню душевної рівноваги, зав'язуванню дружніх стосунків між людьми, створює емоційну підтримку [2, с. 6]. Далеко не кожна людина здатна встановити психологічний контакт з іншою людиною. Навіть у близьких стосунках відчуженість, велика емоційна і психологічна дистанція може бути відмінною рисою конкретної людини.

За характером використовуваних засобів В.Н. Куніцина виділяє вербальне спілкування (мовне, знакове - музичне, графічне і так далі) і невербальне (міміка, жести, контакт очей, інтонація, паузи і ін.) [2, с. 7]. Існують деякі психологічні засоби впливу в процесі спілкування, вони є дуже важливими в діяльності менеджера. У результаті цих як спонтанних, так і планованих дій у людини (об'єкту дії) можуть виникнути: неусвідомлений психічний стан, який спостерігається в іншій людини (зараження); відтворення демонстрованих станів, реакцій, неусвідомлене копіювання поведінкових реакцій іншої людини, жестів, ходи, інтонації та ін. (наслідування); некритичне прийняття зразків, оцінок, моделей поведінки (навіювання); логічно обґрунтована і дієва система оцінок, поглядів, принципів, установок (переконання). Також необхідно визнати, що спілкування в одностипному середовищі (статевому, професійному) має свої яскраві особливості. Можна говорити про чоловіче і жіноче спілкування. Нині в основному увесь викладацький склад у навчальних закладах нашої країни - жінки, саме тому менеджерів освіти необхідно також враховувати і цю особливість при спілкуванні в колективі. Крім того необхідно пам'ятати, що спілкування в середовищі вчителів або викладачів ні за змістом, ні за формою не схоже на спілкування в середовищі артистів або спортсменів.

Набір правил поведінки в управлінській діяльності, який представляє зовнішню сторону ділового спілкування - діловий етикет, - результат тривалого відбору правил і форм найбільш доцільної поведінки, яка б сприяла успіху в ділових стосунках. Зараз, правила ділового етикету, культура поведінки допомагають зближенню економічних і фінансових інтересів менеджерів. Слід пам'ятати, що діловий етикет включає точне дотримання правил культури поведінки, яка припускає в першу чергу глибоку повагу людською особистості [3, с. 54].

Культура поведінки в діловому спілкуванні немислима без дотримання правил вербального (словесного, мовного) етикету, пов'язаного формами і манерами мови, словниковим запасом, тобто стилем мови, прийнятим у спілкуванні даного кола ділових людей.

У будь-якій розмові треба вміти дати відповідь на будь-яке питання, навіть на просте. У вербальному (словесному, мовному) спілкуванні, діловий етикет припускає застосування різних психологічних прийомів. Один з них - "формула погладжування". Це словесні обороти типу: "Удачі Вам!", "Бажаю успіху!", які вимовляються з різними відтінками. У мовному етикеті ділових людей велике значення мають компліменти - приємні слова, що виражають схвалення, позитивну оцінку діяльності менеджера, його смак, вчинки, оцінку розуму, і так далі вони надихають партнера, надають йому впевненості в собі.

Діловий етикет вимагає дотримуватися правил поведінки, яка прийнята в країні - ділового партнера. Правила спілкування людей пов'язані з образом і стилем життя, національними звичаями і традиціями. Ось приклади поведінки менеджерів в різних країнах:

Якщо американці, підкреслюючи свою прихильність, дружньо лясають по плечу і охоче приймають такий же жест, то поплескавши по плечу японця або спробувавши дружньо обійняти китайця або в'єтнамця, можна зірвати бесіду. З італійцями треба не демонструвати своє неприйняття їх гучної, надмірно жвавої мови, гарячості обговорення навіть несуттєвого питання, а при спілкуванні з японцями не дивуватися з їхнього вживання надувчливих мовних зворотів [3, с. 56].

В умовах глобалізації і інтернаціоналізації освіти знання ділового етикету є як ніколи важливим для менеджерів освіти в нашій країні.

Отже, можна дійти висновку, що на комунікативні якості менеджера освіти впливає безліч чинників. Для визначення індивідуально-психологічних якостей особистості, її реального стану і можливостей, а також ступеню комунікабельності існують різні методи дослідження серед них: метод спостереження, бесіди, тренінги спілкування, лекції, а

також спеціальні діагности : методика Г. Айзенка "Загальнопсихологічна типологія особистості"; методика М. Снайдера – "Оцінка самоконтролю в спілкуванні"; методика В. Н. Лавриненко – "Стиль ділового спілкування"; корекційна методика – "Тренінг ділового спілкування" В. П. Шейнова.

Як показують дослідження на первинному етапі, якщо в процесі формування комунікативних здібностей менеджера освіти, застосовувати спеціальні тренінги ділового спілкування, то процес формування комунікативних здібностей якісно покращиться. Це приведе до якісного поліпшення процесу управління персоналом, поліпшенню стосунків з "вищестоящим" керівництвом, залученню партнерів. Таким чином, перспективою подальших досліджень може стати розробка рекомендацій для практичних психологів учбових закладів і менеджерів освіти, а також їх застосування на практиці.

## **ЛІТЕРАТУРА**

1. *Адаир Дж.* Эффективная коммуникация / Дж. Адаир. – М.: Эксмо, 2003. – 240 с.
2. *Куницина В. Н.* Стиль общения и его формирование / В. Н. Куницина. – Л.: "Знание", 1985. – 50 с.
3. *Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред. Проф. В.Н. Лавриненко.* – [4-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 415 с.

*Подано до редакції 20.07.11*

---