

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1**  
**Культура фахового мовлення.**  
**Етика ділового спілкування**  
**Практичне заняття №5 (2год.)**

**Тема 6.** Структура ділового спілкування. Техніка ділового спілкування. Мовленнєвий етикет.

**Мета:** розкрити структуру та техніку ділового спілкування; поняття «мовленнєвий етикет»; ознайомитись з основними правилами та прийомами ділового спілкування; закріпити вивчене шляхом складання діалогів за темою; виховувати загальну мовну культуру та культуру спілкування.

**Література:**

1. Дейл Карнегі. Учись виступати публічно і впливати на широке коло людей. – К., 2000.
2. Культура ведення дебатів. – Харків, 2008.
3. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: модульний курс. — К., 2008.

*Ніщо не коштує нам так дешево і не цінується так дорого, як ввічливість.*

*М. Сервантес*

**Студенти повинні:**

**знати** основні функції, рівні ділового спілкування, види міжособових стосунків;

**вміти** говорити, слухати, формулювати запитання, сприймати партнера та вести переговори.

**План**

1. Форми і функції ділового спілкування.
2. Бар'єри у спілкуванні, його рівні.
3. Соціальні типи особистості в діловому спілкуванні.
4. Сучасні теорії міжособових стосунків.
5. Питання самостійної роботи №3.

## Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте форми і функції ділового спілкування.
2. Визначте поняття «спілкування», «культура спілкування», «культура мовлення».
3. Назвіть загальноприйняті етичні норми, які ви знаєте.
4. Які бар'єри у спілкуванні можуть виникати?
5. Які бувають соціальні типи особистості у діловому спілкуванні?
6. Назвіть сучасні теорії міжособових стосунків.

### *1. Форми і функції ділового спілкування*

Спілкування — складний, багатогранний процес встановлення і розвитку контактів між людьми, породжений потребами спільної діяльності. Зокрема психологи виділяють такі *функції спілкування*:

— інформаційно-комунікативну — передбачає передавання та приймання не лише готової інформації, а й такої, що формується, розвивається, а також передавання та приймання значень.

— регулятивно-комунікативну — коли спілкування регулює поведінку людей та їхню спільну діяльність, а також способи впливу один на одного: переконання, навіювання, наслідування та ін.

— афективно-комунікативну — йдеться про те, що розмаїття людських емоцій виникає й виявляється саме під час спілкування.

Якщо спілкування розглядається як діяльність, то виокремлюють такі його функції: організація спільної діяльності; пізнання людьми один одного; формування та розвиток міжособистісних взаємин. Використання цієї класифікації допомагає зрозуміти, що особливості психологічної природи спілкування безпосередньо впливають на його перебіг та формування його культури. Всі функції спілкування спостерігаються у житті й виявляються, як правило, в єдності, доповнюючи одна одну.

Будь-яке ділове спілкування передбачає вирішення стратегічних і тактичних завдань. Конкретний очікуваний результат — це тактичне завдання ділового

спілкування. Але воно, в свою чергу, може передбачати вирішення стратегічного завдання — встановлення довготривалих ділових контактів.

Для створення ефективної стратегії в діловому спілкуванні менеджеру слід враховувати певні закономірності, що визначають процеси міжособистісних взаємин, а саме те, що:

- сприйняття людьми зовнішніх впливів залежить від їхніх психологічних структур;
- самооцінка людини не є адекватною і іншого вона розуміє не так, як той хотів би;
- при передачі інформації відбувається її втрата або перекручення;
- на характер спілкування впливає інстинкт самозбереження людини (особливо статусу, свободи, гідності);
- відбувається компенсація одних якостей людини іншими, недоліків в одному — позитивними якостями в іншому.

Будь-яка зміна стратегії потребує кардинальної перебудови процесу спілкування, для чого слід провести підготовчу роботу, змінити тактику. Коли йдеться про тактику, то визначаються варіантність поведінки (залежно від ситуації) та її маневреність (добираються стилі, способи, форми тощо). Ту саму стратегію при спілкуванні з різними людьми можна досягти, використовуючи різні тактики. Їх добір залежить від установок особистості на моральні цінності, її інтересів, а також від вміння розпізнавати психологічні особливості своїх співрозмовників та використовувати психологічні механізми взаємодії.

Протягом робочого дня менеджеру, звичайно, доводиться взаємодіяти з різними людьми і використовувати для цього спілкування як розмовне, так і письмове.

**Форми розмовного спілкування** можуть бути різними — як індивідуальні, так і колективні.

**Серед індивідуальних форм** найбільш уживаними є ділова бесіда та розмова по телефону.

*До колективних форм спілкування належать: нарада, збори, конференція,*

*переговори, презентація та ін.*

**Бесіда** — це форма спілкування з метою обміну думками, інформацією, почуттями тощо. У бесіді може брати участь різна кількість співрозмовників. Існують різні види бесід. Якщо за основу класифікації взяти мету спілкування та зміст бесіди, то можна виокремити бесіди ритуальні, глибинно-особистісні та ділові. Залежно від кількості учасників бесіди поділяють на індивідуальні та групові. Індивідуальна бесіда — це діалог двох співучасників, які є значущими один для одного і прагнуть (обоє або один) до досягнення певної мети. Така бесіда сприяє зближенню поглядів співрозмовників, встановленню між ними контакту, довіри і взаєморозуміння, а також активізації зусиль партнерів на забезпечення співробітництва та впливу в разі потреби один на одного. Дев'ять із десяти менеджерів великих корпорацій США при опитуванні заявили, що найскладнішим у своїй роботі вони вважають встановлення контакту з новою людиною, особливо першу зустріч з нею, першу бесіду.

## ***2. Бар'єри у спілкуванні, його рівні***

Спілкування – це процес взаємодії принаймні двох осіб, спрямований на взаємне пізнання, на встановлення і розвиток взаємин, надання взаємовпливу на стани, погляди і поведінку, а також на регуляцію їхньої спільної діяльності.

Дуже важливим у спілкуванні є перше враження. Звичайно, перше враження це не завжди остаточний висновок про співрозмовника, але важливо, що із самого початку саме на його основі будується спілкування. У кожного із собою є багаж, що складається з уявлень і суджень про людей, про світ, про себе, зі спогадів, із планів, які треба здійснити в майбутньому і ще з багато чого іншого. Саме з цього багажу і виникає образ партнера. Тим самим усе, що є в багажі, може певним чином відбитися в першому враженні про іншу людину. Звичайно, багаж у кожного свій, і тому люди звертають увагу на різні риси і якості навколишніх, використовують різні риси своїх загальних представлень і свого досвіду й одержують різний результат.

Питання про ефективність людського спілкування – універсальне. **Бар'єри** спілкування можуть бути зв'язані з характерами людей, їх прагненнями,

поглядами, мовними особливостями, з манерами спілкування. І причини багатьох конфліктів, взаємних розбіжностей і невдоволення людей як в особистій, так і в професійній сферах не в останню чергу криються саме в нерозумінні прийомів ефективного спілкування, у невмінні ними користатися.

У цілому основними умовами будь-якого практичного спілкування є уміння і навички людини у використанні так званих розуміючих і директивних прийомів реагування при взаємодії з іншими людьми. Ефективне спілкування повинне містити в собі розуміючі і директивні прийоми реагування і по можливості виключати агресивні і принизливо-поступливі реакції при взаємодії з іншими людьми.

Але усі ці види спілкування, хочуть цього співрозмовники чи ні, можуть і, не рідко, включають в себе найрізноманітніші бар'єри спілкування. *Уникнення* – це такий тип бар'єру під час спілкування, коли спостерігається уникнення джерел впливу, відхилення від контакту з партнером, при якому взагалі ніяке спілкування стає неможливим. *Авторитет*. Дія даного типу бар'єру спілкування полягає в тому, що, розділивши всіх людей на авторитетних і неавторитетних, людина довіряє тільки першим і відмовляє в цьому другим. *Нерозуміння*. Далеко не завжди є можливість визначити джерело інформації як небезпечне, чуже чи неавторитетне і в такий спосіб захиститися від небажаного впливу. Науковець Б.Ф.Поршнев виділяє чотири рівні нерозуміння – фонетичний, семантичний, стилістичний і логічний.

Не слід представляти собі бар'єри в комунікації як результат свідомого, довільного і спрямованого захисту від впливу. У реальному спілкуванні бар'єри присутні у виді незалежних механізмів, що дані людині для захисту, але їхня дійсна природа людині не відома.

Систему бар'єрів можна уявити собі як автоматизовану охорону – при спрацьовуванні сигналізації автоматично перекриваються всі підступи до людини. Однак можливі й інші варіанти – помилкова тривога і відключення сигналізації.

Навіть якщо комунікація відбувається на тлі довіри до співрозмовника, контрсугестія все рівно може мати місце, але вже не як зовнішній бар'єр, а як спосіб зниження значимості неприємної інформації.

**Уникнення** – це такий тип бар'єру під час спілкування, коли спостерігається уникнення джерел впливу, відхилення від контакту з партнером, при якому взагалі ніяке спілкування стає неможливим. Визначивши партнера як небезпечного в якомусь відношенні, "чужого", людина просто уникає спілкування з ним, чи якщо зовсім ухилитися неможливо, додає всі зусилля, щоб не сприйняти його повідомлення. З боку цей "захист" дуже добре помітний – людина неуважна, не слухає, не дивиться на співрозмовника, постійно знаходить привід відвернутися, використовує будь-який привід для припинення розмови.

Уникнення як вид захисту від впливу виявляється не тільки в уникненні людей, але й у відхиленні від визначених ситуацій, таких, у яких може виникнути небезпека "шкідливого" впливу. Таким чином, найпростіший спосіб захисту від впливу – уникнути зіткнення з джерелом цього впливу.

**Авторитет.** Дія даного типу бар'єру спілкування полягає в тому, що, розділивши всіх людей на авторитетних і неавторитетних, людина довіряє тільки першим і відмовляє в цьому другим. Авторитетним людям виявляється повна довіра і стосовно їхньої мови контрсугестія "не працює". Зате всім іншим, кому в авторитетності відмовлено, довіри немає ніякої, і, отже, те, що вони говорять, не має ніякого значення. Таким чином, довіра і недовіра "залежать" не від особливостей переданої інформації, а від того, хто її подає.

У зв'язку з такою дією авторитету дуже важливо знати, відкіля цей бар'єр береться, від чого залежить присвоєння конкретній людині авторитету. Очевидно, тут можна знайти багато різних "основ". Це може бути і соціальний стан (статус) партнера, його перевага по важливому в даний момент параметру, приналежність даного партнера до реальної "авторитетної" соціальної групи, чи його привабливість у визначених ситуаціях, добрі стосунки до адресатів впливу, приналежність до важливих груп, яким безумовно довіряє його співрозмовник.

**Нерозуміння.** Далеко не завжди є можливість визначити джерело інформації як небезпечне, чуже чи неавторитетне і в такий спосіб захиститися від небажаного впливу. Досить часто якась потенційно небезпечна для людини інформація може виходити і від людей, яким ми в загальному і цілому довіряємо (від "своїх" чи цілком авторитетних). У такому випадку захистом буде "нерозуміння" самого повідомлення. Будь-яке повідомлення можна не зрозуміти - по результату це те ж саме, що не чути і не бачити, тільки вплив пробуксовує тепер в іншому місці.

**Зовнішні бар'єри.** На основі проведеного аналізу типів існуючих бар'єрів у спілкуванні можна зробити наступні висновки. Захист від впливу іншої людини в спілкуванні може приймати вид уникнення, заперечення авторитетності чи джерела нерозуміння. В усіх випадках результатом спрацьовування того чи іншого бар'єрного механізму буде неприйняття впливу – воно не буде сприйняте і, отже, не зробить ніякого впливу. Підставами для захисту є різні ознаки.

Не слід представляти собі ці бар'єри в комунікації як результат свідомого, довільного і спрямованого захисту від впливу. У реальному спілкуванні бар'єри присутні у виді незалежних механізмів, що дані людині для захисту, але їхня дійсна природа людині не відома.

Очевидно, що, крім зовнішніх бар'єрів, існують ще якісь внутрішні захисти, що визначають відношення людини до вже прийнятої і зрозумілої, але в той же час неприємної, небезпечної інформації.

Внутрішні бар'єри – якісь внутрішні перешкоди проти інформації, що загрожує сильній перебудові всіх уявлень людини, її поведінки.

Зрозуміло, що інформація, яка загрожує перебудовою уявлення про світ, зустрічає опір. Її можна або "викинути", або надати їй інше значення. Це можна зробити різними способами.

Практично для всіх людей важливо вміти спілкуватися таким чином, щоб їх правильно розуміли, щоб їх слухали і чули. Тому, важливо знати способи подолання бар'єрів.

Керувати ефективністю можуть обидва партнера, що говорить і слухає, і кожний з них може зіграти свою роль як у підвищенні, так, і в зниженні ефективності спілкування.

Подолання уникнення містить у собі керування увагою партнера, аудиторії, власною увагою.

Подолання логічного бар'єра зв'язано зі знанням ефективності різних аргументів і способів аргументації. Один з найбільш відомих прийомів керування мисленням іншого – це риторичне питання. Для того, щоб бути зрозумілим співрозмовником, треба по можливості враховувати логіку партнера. Для цього необхідно приблизно представляти собі позиції, а також індивідуальні і соціально-рольові особливості, тому що прийнятність чи неприйнятність тієї чи іншої логіки для партнера в основному залежить від його вихідної спрямованості. Розуміння партнера, адекватне уявлення про його точку зору, цілі, індивідуальні особливості – головна умова для подолання усіх без винятку бар'єрів, тому що чим більше той, хто говорить, рахується з особливостями слухаючого, тим більш успішною буде комунікація. Однак і від слухаючого багато що залежить.

Необхідним фундаментом для підвищення ефективності спілкування "з боку слухаючого" є його бажання слухати і чути, що, у свою чергу, сильно залежить від того, якою бачиться йому ситуація спілкування.

Взагалі методів, прийомів і правил ефективного спілкування розроблено чимало, єдиною проблемою тільки залишається те, що більшість з нас просто забуває про них, віддаючись своїй людській природі, забуваючи про найважливіші правила спілкування. Тільки одиницям вдається цілеспрямовано і ефективно їх використовувати і знаходити спільну мову з більшістю співрозмовників. Ефективне спілкування і вміння усувати бар'єри в ньому – це більше, ніж наука, це справжнє мистецтво, яке так потрібне в нашому житті.

### *3. Соціальні типи особистості в діловому спілкуванні.*

У процесі життя і розвитку в певному суспільному середовищі, організації чи підприємстві складаються і формуються певні соціальні типи людини, які можна поділити за характером дій на такі основні:

Перший. Виконавець. (Фактично діє механічно, що скажуть, те і зробить. Особистої ініціативи не виявляє. Як правило, при висуванні на керівну посаду стає формалістом, відповідно накладаючи відбиток і на стиль управління, і на взаємини з підлеглими. За психологічним типом це може бути холерик або меланхолік).

Другий. Соціально активна особистість. (Людина живе активним громадським життям, ініціативна, з широким колом суспільних інтересів. На жаль, можна в цьому соціальному типі зустріти два різновиди. Перший — справжній активіст і суспільно активна особистість, другий — зовні показна, формальна, мітингово-поверхова, демагогічна. Другий різновид найнебезпечніший, тому що спочатку важко розгледіти його справжню суть, побачити, що усе в ньому — показне. В соціальному плані — це найнебезпечніші люди, бо демагоги були і залишаються найзапеклішими ворогами чесних і трудових людей. Серед психічних типів тут можуть бути і сангвініки, і холерики, менше — меланхоліки і зовсім рідко — флегматики).

Третій. Винахідлива особистість. (Людина творчості, з високо розвиненим почуттям нового, першовідкривач. По натурі може бути замкнена, а точніше — постійно зосереджена, у пошуці. Має широкий кругозір в галузі вузької спеціалізації, лише найбільш геніальні з них не замикаються у колі своїх інтересів. Переважно це люди сангвінічного типу, можливі флегматики, рідше — холерики і в поодиноких випадках — меланхоліки).

Четвертий і п'ятий типи: людина творча і людина створююча близькі за способом діяльності до третього типу, хоча відрізняються тим, що не обов'язково самостійно щось відкривають чи пропонують, а до уже відомого і відкритого можуть додати елемент новизни саме завдяки творчому підходу до справи.

Не слід забувати, що у житті суспільства, крім певних закономірностей його розвитку, існує певний культурний рівень, який ніяким законам не підпорядковується. Культура — це вираз духовності людини, а «помилки серця, — як писав у «Щоденнику письменника» Ф.Достоевський, — річ надзвичайно важлива. Буває, що ними заражено дух всієї нації, яка несе в собі таку міру сліпоты, яка нездатна змінитися ні перед якими фактами». Біда, коли «помилки серця» починають превалювати в управлінні, ще гірше, коли вони проявляють себе в підприємстві.

Інколи здається, що розмови про етику спілкування, благородство, добродієність — то все пусті слова, бо життя дає нам чимало прикладів іншого порядку. Американський письменник Джон Стейнбек зауважував: «Мені було дивно завжди бачити, що якості, якими ми захоплюємося у людині: доброта і благородство, душевна відкритість, чесність, доброзичливість до інших, здатність відчувати і переживати — це при системі американського життя є симптомами невдач. А ті риси, які ми осуджуємо: жадоба, спритність, егоїзм, себелюбство — усе це *ознаки успіху*.

#### **4. Сучасні теорії міжособових стосунків**

Особливе місце в системі відношень займають міжособистісні, тобто ставлення людей один до одного. Вони визначаються установками, орієнтаціями, очікуваннями особистості, крізь призму яких вона оцінює та взаємодіє з конкретною особою, групами осіб.

Оцінка міжособистісних стосунків передбачає проведення їхньої класифікації. Так, виділяються стосунки знайомства, приятелювання, дружби, Коли один з партнерів сприймає ці стосунки тільки як знайомство, а інший — як дружбу, то виникає непорозуміння. Тому **міжособистісні стосунки можна визначити як взаємну готовність партнерів до певного типу почуттів, домагань, очікувань, поведінки**. М. Обозов пропонує таку класифікацію міжособистісних стосунків: знайомства, приятелювання, товариські, дружні,

любовні, подружні, родинні, деструктивні Вона спирається на кілька критеріїв: глибину стосунків, вибірковість щодо партнерів, функції стосунків.

Розглядаючи процес пізнання людиною людини в спілкуванні, один з основоположників радянської психології, С.Л. Рубінштейн, писав: "У повсякденному житті, спілкуючись з людьми, ми орієнтуємося в їх поведінці, оскільки ми як би "читаємо" її, тобто розшифровуємо значення її зовнішніх даних і розкриваємо зміст тексту, що виходить таким чином, у контексті, що має свій внутрішній психологічний план. Це "читання" виникає швидко, оскільки в процесі спілкування з навколишніми у нас виробляється своєрідний підхід, який більш-менш автоматично функціонує до їх поведінки".

Дуже важливим у спілкуванні є перше враження. Звичайно, перше враження це не завжди остаточний висновок про співрозмовника, але важливо, що із самого початку саме на його основі будується спілкування і це особливо важливий момент у контексті дослідження питання про бар'єри спілкування.

У будь-якому випадку головним регулятором у побудові спілкування буде той образ партнера, та уява про нього, що є в кожного, тому що саме до цього образу і буде звернене спілкування.

Але відкіля він узявся, цей образ партнера? Якщо врахувати швидкість і невимушеність "виникнення" першого враження, то легше всього уявити собі це так: ледь побачивши людину, ми отримуємо звідкись уже готове уявлення і просто як би "навішуємо" його на людину і надалі звертаємося вже не до реального партнера, а до цього свого уявлення про нього.

У кожного із собою є багаж, що складається з уявлень і суджень про людей, про світ, про себе, зі спогадів, із планів, які треба здійснити в майбутньому і ще з багато чого іншого. Саме з цього багажу і виникає образ партнера. Тим самим усе, що є в багажі, може певним чином відбитися в першому враженні про іншу людину. Звичайно, багаж у кожного свій, і тому люди звертають увагу на різні риси і якості навколишніх, використовують різні риси своїх загальних представлень і свого досвіду й одержують різний результат.

Питання про ступінь об'єктивності першого враження, що формується, веде до питання про роль розуміння ситуації. Насправді, на думку психологів, людям необхідно не стільки об'єктивне уявлення про партнера, скоріше таке, яке б якнайбільше допомагало нам будувати свою поведінку і спілкування з ним. І навіть якби існувала можливість одержати повну "об'єктивну" інформацію про партнера, вона нам була б не потрібна. У реальній ситуації не потрібно знати, яка людина "взагалі", необхідно представляти собі, як вона поведеться в даній ситуації, чого від неї чекати зараз, у цих умовах, у даному контексті.

Спілкування будується не "взагалі", а "тут і зараз", і уявлення про партнера повинно відбивати цю реальність спілкування.

Однак те, що уявлення про іншого в спілкуванні зовсім необов'язково повинне відповідати об'єктивній реальності, не означає, що образ іншого залежить тільки від того, хто його будує, і від його розуміння контексту. Звичайно, партнер може вплинути на той образ, що з'являється в іншого.

Систему знаків, зміст яких виявляється в образі, що одержує партнер, можна назвати самоподачею. Хоче людина цього чи ні, усвідомлено вона вживає визначені знаки (надягає костюм, наприклад) чи не усвідомлено, все рівно система самоподачі, самопред'явлення існує і робить свій вплив на спілкування. Немає сумнівів, самопред'явлення також формується під впливом уявлення про контекст спілкування і уявлень про світ, про людей, про себе.

**Викладач: А.О. Бєлова**