Тема 1. **Вступ до психології та культури ділового спілкування**

1. Структура ділового спілкування, його основні види та функції.
2. Основні фактори, які обумовлюють ефективність ділового спілкування.
3. Стилі ділового спілкування.

1. Структура ділового спілкування, його основні види та функції.

Спілкування - складний багатоплановий процес встановлення й розвитку контактів між людьми, породжуваний потребами спільної діяльності й обміну, що включає в себе інформацію, вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття й розуміння іншої людини.

Ділове спілкування – це процес взаємозв'язку і взаємодії, у якому відбувається обмін діяльністю, інформацією і досвідом, що передбачає досягнення певного результату, вирішення конкретної проблеми чи реалізацію певної мети.

Г. Андрєєва визначає структуру будь-якого виду спілкування як виокремлення в ньому трьох взаємопов'язаних чинників:

- *перцептивного* (процес сприймання й пізнання партнерами один одного і встановлення на цій основі взаєморозуміння);

- *комунікативного* (передбачає обмін інформацією між індивідами);

- *інтерактивного* (організація взаємодії між учасниками спілкування, тобто обмін діями).

Проте *ділове спілкування*, хоч і містить усі три вищеназвані складові, *має й певні особливості*, а саме:

- наявність певного офіційного статусу суб'єктів спілкування;
- спрямованість на встановлення та підтримку взаємовигідних контактів, зв'язків між представниками сторін;
- відповідність певним загальновизнаним і загальноприйнятим правилам;
- передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються, визначається їх мета, зміст і можливі наслідки;
- конструктивність характеру взаємовідносин, їх спрямування на розв'язання конкретних завдань, досягнення певної мети;
- безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що бентежать їх внутрішній світ.

Б. Ломов виокремлює у спілкуванні три функції:

- *інформаційно-комунікативну* (полягає в будь-якому обміні інформацією);

- *регуляційно-комунікативну* (регуляція поведінки й регуляція спільної діяльності у процесі взаємодії);

- *афективно-комунікативну* (регуляція емоційної сфери людини).

Л. Карпенко за критерієм *«мета спілкування»* виокремлює ряд функцій, які реалізуються в будь-якому процесі ділової взаємодії і забезпечують досягнення в ньому певних цілей:

- *спонукальну* – стимулювання активності партнера зі спілкування, що спрямовує його на виконання тих чи інших дій;
- *координаційну* – взаємне орієнтування й узгодження дій для організації спільної діяльності;
- *розуміння* – не тільки адекватне сприйняття й розуміння сутності повідомлення, але й розуміння партнерами один одного;
- *встановлення стосунків* – усвідомлення й фіксування свого місця в системі рольових, статусних, ділових, міжособистісних та інших зв'язків, в яких належить діяти індивідові;
- *здійснення впливу* – зміна стану, поведінки, особистісно-змістових утворень партнера (намагань, думок, рішень, дій, потреб, активності, норм і стандартів поведінки тощо).

Логічним підґрунтям для аналізу *структури ділового спілкування як процесу* (передавання інформації, взаємовплив, пізнання один одного, обмін результатами діяльності тощо) може бути характеристика його стосовно автономних компонентів, таких як:

- мета, зміст, засоби спілкування;
- учасники процесу, тип зв’язку, що встановлюється між ними;
- види й форми спілкування;
- стилі, стратегії і тактики спілкування;
- результат спілкування тощо.

Залежно від мети виділяють:

- *пізнавальне,*

- *переконуюче,*

- *емоційно-формуюче,*

- *ритуальне спілкування*, кожне з яких має свої певні цілі і форми.

За змістом ділове спілкування може включати:

- сприйняття співрозмовниками один одного;
- взаємну оцінку партнерів;
- взаємну передачу інформації;
- обґрунтування і визначення позицій кожної зі сторін;
- обмін почуттями;
- взаємодію партнерів, колег;
- керування діяльністю;
- виконання завдань;
- задоволення потреб клієнтів та ін.

За результативністю спільної взаємодії та досягнутим ефектом вирізняють:

- *необхідне* (міжособистісні контакти, без яких спільна діяльність стає практично неможливою);
- *бажане* (міжособистісні контакти, що сприяють успішнішому вирішенню виробничих, виховних та інших завдань);
- *нейтральне* (міжособистісні контакти, які не заважають, але й не сприяють розв'язанню проблем);
- *небажане спілкування* (міжособистісні контакти, які ускладнюють досягнення завдань спільної взаємодії).

За іншою класифікацією *різновидами ділового спілкування* є:

- *пізнавальне* (його метою є розширення інформаційного фонду партнера, передавання необхідної для професійної діяльності інформації тощо);
- *експресивне* (формує у партнера психоемоційний настрій, спонукує до необхідної соціальної дії);
- *сугестивне* (має на меті вплинути на ділового партнера з метою зміни мотивації, ціннісних орієнтацій, поведінки тощо).

Форми ділового спілкування досить різноманітні

- ділові бесіди,
- консультації,
- ділові суперечки,
- дискусії,
- засідання,
- наради,
- збори,
- семінари,
- переговори,
- конференції,
- презентації,
- торги,
- прес-конференції,
- дебати,
- брифінги тощо.

Ділове спілкування, як певний процес взаємодії людей, має свою:

- ***стратегічну лінію,***
- ***тактику проведення,***
- ***певні фази.***

Стратегія ділового спілкування передбачає постановку певної цілі, яка стимулює волю учасника спілкування, змушує його діяти усвідомлено, інтенсивно, мобілізувати свої здібності, знання, досвід, уміти підпорядковувати свої сили досягненню цієї мети.

Тактика ділового спілкування передбачає вибір певної моделі поведінки, яка в конкретній ситуації буде найбільш сприятливою у досягненні поставленої мети. Ґрунтується тактика спілкування на певних засадах, найважливішими з яких є:

- наявність декількох варіантів поведінки в однотипній ситуації і вміння оперативно ними скористатись;
- недопущення конфронтації чи конфліктів з діловим партнером;
- вміле використання механізмів людської взаємодії, прихильності, симпатії, антипатії, довіри, поваги і т.п.);
- уважне ставлення до нових, хоч і незвичних на перший погляд ідей, думок;
- освоєння тих моделей поведінки, які приносять успіх у ділових стосунках;
- вміння подати себе, правильно оцінювати реакцію партнерів, вловлювати найменші зміни в ситуації.

Культура ділового спілкування

Спеціалісти розглядають **культуру** *у двох напрямах*:

- *у контексті особистісного становлення людини*,

- *як спосіб її діяльності*.

За визначенням англійського етнографа Е. Тейлора

Культура *— це складна цілісність, яка включає в себе знання, вірування, мистецтво, мораль, закони, звичаї, здібності і звички, що набуваються і досягаються людиною як членом суспільства.*

Культура ділового спілкування –

це сукупність моральних норм та уявлень, що регулюють поведінку і взаємини людей у процесі їхньої виробничої діяльності.

Деякі спеціалісти у діловій культурі виділяють два прошарки: *ціннісний* і *ментальний*.

- *Ціннісний прошарок* виступає як культурний феномен, який може передаватися як традиція й обумовлює етичну сторону ділових відносин, зовнішньо виявляється як стереотип, як звична посадова поведінка, як актуальні цінності і норми, що регулюють практичну діяльність.
- *Ментальний прошарок* ділової культури пов'язаний із ситуаціями, коли звичні норми і цінності стають неефективними і люди починають конструювати нові.

2. Основні фактори, які обумовлюють ефективність ділового спілкування.

- соціальний статус людини;
- цілі, задачі та комунікативні наміри партнерів;
- особливості ситуації, що складається під час спілкування;
- сформований характер стосунків між діловими партнерами;
- індивідуально-психологічні особливості учасників взаємодії;
- особливості комунікативних можливостей партнерів (особливості інтелектуальної діяльності, професійна компетентність, мовленнєва культура тощо);
- морально-етичні і ціннісні установки тощо.

Комунікативний бар'єр - це перешкода для ефективного спілкування, яка існує реально або суб'єктивно-пережита у ситуаціях спілкування.

Для подолання цих бар'єрів необхідне удосконалення технік ведення бесіди, навичок та уміння взаємодії.

Комунікативний бар'єр - психологічна перепона різного походження, яку реципієнт установлює на шляху небажаної, стомлюючої або небезпечної інформації

Причини виникнення:

- відмінності у соціальному статусі;
- відмінності у політичних уподобаннях;
- відмінності у релігійні поглядах;
- професійні відмінності;
- різне світовідчуття, світорозуміння, світогляд взагалі;
- індивідуальні психологічні особливості тих, хто спілкується;
- особисте ставлення (недовіра, образа, підозра тощо).

Індивідуальні комунікативні бар’єри з’являються через індивідуальні, особистісні причини. Можна виділити наступні:

- ***Естетичний*** - виникає через не сприйняття співрозмовником зовнішнього вигляду, особливостей міміки співрозмовника. Усувають такий бар'єр шляхом самоконтролю поведінки.
- ***Моральний*** - виникає через відмінності у принципах та нормах поведінки, спілкування окремих осіб.
- ***Інтелектуальний*** - причиною виникнення є різний інтелектуальний рівень, різний рівень знань, освіченості. Також може проявлятися у спілкуванні людей різних професій.
- ***Мовленнєвий*** - є результатом нечіткої вимови, неправильного тлумачення слів тощо. Є характерним для людей, що спілкуються з використанням різних діалектів.

Групові бар'єри
Виділяють такі типи:

- Національні
- Релігійні
- Політичні
- Статево-вікові

Іноді усі ці типи настільки взаємопов’язані, що їх складно відокремити один від одного.

3. Стилі ділового спілкування.

Індивідуальність людини у стосунках з іншими людьми визначає її *стиль спілкування*, під яким прийнято розуміти систему принципів, норм, методів, прийомів взаємодії й поведінки індивіда.

Індивідуальний стиль спілкування виявляється, насамперед, у мовній поведінці, а також проявляється через невербальні сигнали тіла: рукостискання, погляд і постановка голови; тон голосу; дистанція і займані позиції за столом перемов; специфіка використовуваних поз, жестів, рухів тіла.

Інше визначення, ***стиль спілкування*** - індивідуальна стабільна форма комунікативної поведінки людини, яка проявляється за будь-яких умов взаємодії – в ділових стосунках, у стилі керівництва, у способах прийняття рішень та розв'язання конфліктів, в обраних прийомах впливу на людей, арсеналі вербальних та невербальних засобів спілкування.

Стилі спілкування мають своєрідне емоційно-вольове забарвлення, яке визначається: темпераментом, психофізіологічними та індивідуальними особливостями людини, набутим життєвим досвідом.

• стиль відображає певні усталені способи діяльності людини; він тісно пов'язаний з психологічними особливостями її мислення, прийняття рішень, прояву комунікативних властивостей тощо;

• стиль спілкування не є вродженою якістю, а формується в процесі взаємодії і змінюється, отже його можна коригувати й розвивати;

• соціально-економічні, політичні, соціально-психологічні та інші зовнішні чинники впливають на формування стилю спілкування;

• стиль спілкування зумовлений культурними цінностями найближчого середовища, його традиціями, усталеними нормами поведінки тощо.

Відомою є класифікація Курта Левіна, який виокремив *три стилі лідерства (керівництва):*

- ***авторитарний*** (або директивний, командно-адміністративний) - жорсткі способи управління, визначення всієї стратегії діяльності групи, заборона ініціативи та обговорення прийнятих рішень, одноосібне прийняття рішення тощо;

- ***демократичний*** (або колегіальний) - колегіальність, заохочення ініціативи;

- ***ліберальний*** (відмовлення від керування, усунення від керівництва).

Згідно *з авторитарним стилем* лідер усі рішення ухвалює одноосібно, віддає накази, робить вказівки. Він завжди точно окреслює «межі компетентності» кожного, тобто жорстко визначає ранги партнерів і підлеглих.

За авторитарного стилю спілкування рішення, ухвалені на верхніх поверхах ієрархії, надходять униз у вигляді директив (саме тому цей стиль часто-густо називають директивним). При цьому лідер (керівник) неполюбляє, щоб директиви підлягали обговоренню: їх, на його думку, належить незаперечно виконувати.

За лідером залишається також контроль та оцінка ефективності діяльності.

Для демократичного стилю спілкування властиві колегіальне прийняття рішень, заохочення активності учасників комунікативного процесу, широка поінформованість усіх, хто бере участь у дискусії, про розв'язувану проблему, про виконання накреслених завдань і цілей.

Це сприяє зростанню ініціативності співрозмовників, кількості творчих нестандартних рішень, поліпшенню морально-психологічного клімату в групі.

Керівник з *ліберальним стилем спілкування* характеризується у взаємодії з іншими - перекладанням виробничих функцій на їхні плечі, невмінням у процесі ділової взаємодії впливати на її результат, намагається уникнути будь-яких інновацій.

Про *людину-ліберала* можна сказати, що вона у спілкуванні «пливе за течією».

За ліберального стилю взаємодії типовою стає ситуація, коли активні й творчо зорієнтовані співробітники починають використовувати робоче місце та час для діяльності, яка не пов'язана із спільною справою.

Залежно від спрямованості активності особистості ***стилі ділового спілкування*** поділяються на:

- *виконавчий* (орієнтація людини на офіційну субординацію й міжособистісні контакти);
- *ініціативний* (орієнтація людини на справу та на себе);
- *агресивний* (коли співрозмовник прагне досягти успіху у спілкуванні та діяльності, контролюючи інших тощо);
- *відчужений* (якщо в розмові людина зберігає емоційну дистанцію, незалежність у спілкуванні);
- *альтруїстичний* (бажання допомогти іншим);
- *маніпулятивний* (використання інших людей як засобів для досягнення власної мети) та ін.

В сучасній діловій сфері спілкування дістав поширення так званий ***трансформаційний стиль.***

Ділові люди, що сповідують цей стиль, звертаються до високих ідеалів і моральних цінностей співрозмовників, спонукуючи їх змінювати попередні цілі, потреби й намагання. Способи спілкування й поведінка ділових людей будуються таким чином, щоб продемонструвати свою впевненість у розмові, бути взірцем для підлеглих, надихнути їх на досягнення поставлених цілей.

В цілому стиль спілкування зазвичай залишається постійним за певних ситуацій, проте якщо змінюються обставини, то можливі адаптація, вдавання до іншого стилю або комбінація стилів.

Більшість людей має якийсь домінуючий стиль, а також один або кілька запасних, які виявляються тоді, коли неможливо застосувати основний.

Водночас жоден із названих стилів спілкування не є універсальним.

В одних випадках ефективним може бути альтруїзм чи маніпулювання, за інших обставин – відчуження чи авторитаризм.