

ВЕРБАЛЬНІ І НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ СПІЛКУВАННЯ В МЕНЕДЖМЕНТІ

Бабинець Мирослава Миколаївна
м.Ужгород

Стаття присвячена проблемі комунікації в менеджменті. Розглянуто особливості спілкування в менеджменті. Розкрита роль використання вербальних і невербальних засобів спілкування у професійній діяльності менеджерів.

Ключові слова: менеджмент, комунікація, вербальні і невербальні засоби спілкування.

Менеджмент (англ. «management» – управляти) – специфічний вид діяльності, спрямованої на досягнення певних передбачених цілей виробничо-господарською організацією (підприємством), яка функціонує в ринкових умовах, шляхом раціонального використання її матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. У спрощеному розумінні менеджмент – це вміння досягти поставленої мети, використовуючи працю, інтелект, мотиви поведінки інших людей. В англійських країнах поняття «менеджмент» тлумачать як спосіб та манеру спілкування з людьми, владу та місце керівника, вміння організувати ефективну роботу управлінського апарату, організаційну побудову системи управління та ін.

Різні аспекти менеджменту впродовж останніх років досить плідно досліджуються вітчизняними вченими (Б.Андрушків, І.Кулініч, Л.Орбан-Лембрик, Ф.Хміль, В.Яковенко та ін.). Недостатньо висвітленими вважаємо питання комунікативних процесів у менеджменті.

Здійснений нами аналіз особливостей професійної діяльності менеджера і професійних вимог до цього виду діяльності засвідчив, що однією з основних вимог до професійної діяльності менеджера є вміння спілкуватися. Комунікативні процеси в менеджменті відіграють надзвичайно важливу роль, тому коротко охарактеризуємо основні засоби та особливості спілкування в менеджменті.

Ф.Хміль дуже слушно підкреслює, що менеджмент без комунікації неможливий. Незадовільно налагоджені комунікації породжують помилкові рішення, нерозуміння підлеглими вимог керівництва, погіршення відносин між людьми. Ефективність комунікацій зумовлює якість рішень і ефективність їх реалізації [1].

Подібну думку висловлює і відома вітчизняна дослідниця в сфері менеджменту Л.Орбан-Лембрик, яка наголошує, що неодмінною складовою менеджменту, безпосереднього керівництва людьми є спілкування. Поза комунікацією, без співпраці й діалогу, взаємодії та взаємного сприйняття людей управлінська діяльність неможлива [2].

Комунікативна природа менеджменту виявляється в таких основних аспектах: комунікація як функція управління наділена інтегруючою здатністю, що забезпечує реалізацію інших функцій (організація, мотивація, планування, контроль); спілкування є принципово соціальним і діалогічним феноменом, тобто таким, що здійснюється всіма учасниками менеджменту і стосується їх спільної діяльності; управлінська діяльність здійснюється в конкретному соціально-психологічному просторі, охоплюючи відносини всередині організації та її зовнішні зв'язки; у процесі менеджменту реалізується комунікативний потенціал учасників спільної діяльності та спілкування.

Сфера спілкування в менеджменті представлена вербальним і невербальним спілкуванням.

Вербальне спілкування – це контакт з партнером і взагалі з оточенням за допомогою мови, як єдиної, цілісної складної системи знаків, які служать засобом спілкування.

Учені вважають, що мова є одночасно явищем фізичним, фізіологічним, антропологічним, суспільним. Умова його існування – людське суспільство. Мова є феноменом людської цивілізації, найважливішим знаряддям соціалізації людини. За допомогою мови людина щодня спілкується, пристосовується до свого оточення, зміцнює суспільні зв'язки, взаємодіє з різними соціальними групами.

Мова – засіб спілкування, мислетворення, інтелектуального та естетичного освоєння світу, нагромадження і збереження людського досвіду, а також умова подальшого поступу усього людства. Найважливішими функціями мови є: комунікативна (засіб спілкування і порозуміння між людьми); номінативна (засіб називання усіх предметів, ознак, дій, реальних та ірреальних сутностей світу); пізнавальна (засіб пізнання світу і накопичення людського досвіду); культурологічна (засіб нагромадження суспільно-історичного, культурного надбання народу); експресивна (засіб вираження внутрішнього світу людини, її почуттів, переживань, емоцій); етична (засіб дотримання норм поведінки, моральних правил); естетична (засіб творення позитивних емоцій, краси); мислетворча (засіб людського мислення, творення, оформлення і вираження думки); ідентифікаційна (засіб отождолення в межах певної спільноти); виховна (засіб прищеплення моральних принципів і поглядів) та інші.

На думку А.Герасимчук, О.Тимошенко, мова спрямована на те, щоб окреслити, дефініювати думки, почуття, предмети, явища, досвід тощо для обміну їх з іншими людьми; дати оцінку людям, почуттям, відповідно до актуальної системи норм і цінностей; презентувати і обговорити результати власного життя або і професійного досвіду, оцінювати події минулого та співставляти їх з сучасністю і з баченням майбутньої перспективи; дати можливість творити, підтримувати, змінювати середовище; бути джерелом злагоди, продуктивної взаємодії [3].

Як відзначає С.Шевчук, мова є найважливішим засобом спілкування людей, висловлення їх думок, почуттів. Формою існування мови є мовлення – конкретний практичний вияв мови в дії, реалізація її у різних сферах життєдіяльності людини. Основою ділового спілкування є ділове мовлення, яке повинно відповідати таким вимогам: точність у формулюванні думки, недвозначність; логічність, послідовність; стислість; відповідність між змістом і мовними засобами; відповідність між мовними засобами та ситуацією спілкування; відповідність між мовними засобами й стилем викладу; різноманітність мовних засобів; нешаблонність у побудові висловлювання; доречність; виразність дикції; відповідність інтонації мовленнєвій ситуації [4].

Подібні вимоги до ділового мовлення можна знайти в працях З.Мацюк, Н.Станкевич: ясність, недвозначність у формулюванні думки; логічність, смислова точність, небагатослівність; відповідність між мовними засобами та обставинами мовлення; співмірність стилю викладу і мовних засобів; різноманітність мовних засобів; виразність дикції, відповідність інтонації мовленнєвій ситуації та ін. [5].

Крім вербальних засобів в менеджменті широко використовуються невербальні засоби спілкування: зовнішність, міміка, жести, поза, дистанція.

Фізіономічна маска – домінуючий вираз обличчя людини, що формується впродовж життя під впливом думок, які переважають, почуттів, ставлень.

Одяг часто є свідченням професійної належності. Стиль одягу викликає у партнера по спілкуванню очікування певного способу поведінки.

Жест – соціально сформований рух, що виражає певний психічний стан. Жести людини дуже різноманітні. Вони можуть бути комунікативними (замінують мовлення у спілкуванні і виконують самостійну функцію, наприклад, піднімання руки для привітання при зустрічі); жестами підкреслення (супроводжують мовлення і посилюють його вплив); модальними (служать для вираження оцінки чи ставлення до ситуації).

Міміка і жести розвиваються як суспільні засоби комунікації, хоч деякі елементи є природженими.

На результат спілкування впливає міжособистісний простір, тобто дистанція між партнерами, їх розташування. Ці питання

досліджуються наукою проксемікою. Наприклад, виявлено, що чим тісніші стосунки між людьми, тим на меншій віддалі вони розташовуються в процесі спілкування. Водночас, дуже близька і надто віддалена дистанції негативно позначаються на діловому спілкуванні.

Вітчизняна дослідниця Л.Орбан-Лембрик поділяє всі невербальні засоби спілкування на групи [2]:

1.Оптико-кінетична система знаків. Включає жести, міміку, пантоміміку. Джерелом інформації є руки, обличчя, поза.

2.Паралінгвістичні засоби. Це система вокалізації, тобто якість голосу, його діапазон, тональність. Доведено, що надто гучний голос, як і дуже тихий, не підсилює переконуючого впливу на співрозмовника.

3.Екстралінгвістична знакова система. Це вкраплення в мову сміху, пауз тощо, оскільки люди у своїх діях керуються не тільки інтелектом, але й емоціями.

4.Візуальне спілкування. Здійснюється воно завдяки контакту очей. Поглядом теж можна передати певну інформацію, особливо ті почуття, які переживають співрозмовники.

5.Проксеміка. Стосується організації простору і часу спілкування (затримка ділових переговорів, їх тривалість, розташування учасників за столом тощо).

3.Мацюк та Н.Станкевич [5] пропонують дещо інший поділ невербальних засобів :

1. Оптичні – жести, міміка, поза, хода, контакт очей, одяг.

2. Акустичні – темп мовлення, тембр, висота, сила голосу, паузи, інтонація.

3.Кінестичні – дотик, потиск руки, поцілунок, обійми.

4. Ольфакторні – запах тіла, запах косметики.

5. Просторово-часові – відстань між співбесідниками, розміщення їх в просторі, тривалість контакту.

Слід відзначити, що невербальні засоби спілкування у менеджменті є не менш важливими, ніж вербальні. Деякі вітчизняні і зарубіжні вчені (А.Герасимчук, О.Тимошенко, Я.Дашкевич, Б.Добек-Островська та ін.) навіть вважають, що

понад 50% комунікації між людьми здійснюється за допомогою невербальних засобів спілкування, які можуть підсилювати або, навпаки, послабити дію вербальних засобів. Так, невербальні засоби спілкування доповнюють і уточнюють вербальну форму спілкування (функція заповнення); невербальні сигнали, такі, як характерний рух головою, що означає «так або «ні», жест, знак можуть замінювати слова і вирази (функція заповнення); невербальні сигнали (рухи, пози, міміка, жести) дають можливість виразити почуття й емоції в гіперболізованому плані : здивування, обурення, смуток, страх, радість, хоч насправді людина не переживає так сильно, як хоче продемонструвати це партнерові (функція експозиції); невербальні сигнали-регулятори, які передаються поглядом в процесі зорового контакту, можуть бути задіяні для контролю і регуляції ділової бесіди, переговорів (регулятивна функція). Наприклад, час від час партнери поглядом повідомляють один одного, що уважно слухають, що стимулює подальшу бесіду.

Підтримуючи думку вчених про важливість вербальних і невербальних засобів спілкування у діловій комунікації загалом, вважаємо, що все ж більш важливими є вербальні засоби. Вони дають більш чітку і точну інформацію, без чого не може відбутися успішне ділове спілкування. Крім того, люди неоднаково реагують на невербальні сигнали : одні чутливі до них, вловлюють найменші зміни в позі, жестах, міміці партнера по спілкуванню і правильно інтерпретують їх. Інші – менш чутливі, або не мають досвіду їх фіксації і адекватною розшифровки, що може зумовити непорозуміння і конфлікти у ділових відносинах.

Вербальні і невербальні засоби реалізуються в різних формах ділового спілкування в менеджменті, серед яких зазвичай виокремлюють : ділові бесіди, наради, переговори, телефонні розмови, а також виступи, доповіді, збори як форма колективного спілкування та ін.

Отже, без вмілого поєднання вербальних і невербальних засобів спілкування ефективність професійної діяльності менеджера буде низькою.

Література та джерела

1. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник / Ф.І.Хміль. – К. : Академвидав, 2007. – 576 с.
2. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління/ Л.Е.Орбан-Лембрик.- К.: Академвидав. 2003.- 568с.
3. Герасимчук А.А., Тимошенко О.І. Етика й етикет сучасного бізнесу – запорука економічної безпеки підприємств: Навч.посібник / За заг. ред. О.І.Тимошенко. – К.: Вид-во Європейського у-ту, 2007. – 285 с.
4. Шевчук С.В. Ділове мовлення для державних службовців / С.В.Шевчук. - К.: Арія, 2008. – 424с.
5. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування : Навч.посібн. / З.Мацюк, Н.Станкевич, – К.: Каравела, 2010. – 352 с.

Стаття посвячена проблеме коммуникации в менеджменте. Рассмотрены особенности общения в сфере менеджмента. Раскрыта роль использования вербальных и невербальных средств коммуникации в профессиональной деятельности менеджера.

Ключевые слова: менеджмент, коммуникация, вербальные и невербальные средства коммуникации.

This article deals with the problem of communication in management. The peculiarities of communication in the field of management have been characterized. The role of verbal and non-verbal means of communication skills of managers in their professional activity has been defined.

Key words: management, communication, verbal and non-verbal means of communication.

УДК 378.046-021.64(410):364

TO THE ISSUE OF THEORETICAL TRAINING OF SOCIAL WORK BACHELORS IN GREAT BRITAIN

Bartosh Olena
Uzhhorod

Денні програми підготовки бакалаврів соціальної роботи є на сьогодні 3-річними в Англії, Північній Ірландії та Уельсі та 4-річними – в Шотландії. На 1-му році навчання на ступінь бакалавра соціальної роботи студенти вивчають історичний та міжнародний контексти соціальної роботи, тренують навички та вміння роботи з різними категоріями клієнтів та піклувальників. На 2-му році навчання студентам пропонують теми до вивчення, що стосуються анти-опресивної та анти-

расистської практики, соціальної роботи в організаціях різного типу, соціальної роботи з дітьми та сім'ями, соціальної роботи з дорослими, розуміння психічних хвороб, теорії особистості, процесу надання допомоги тощо. На 3-му році навчання студентам пропонують курси, що пов'язують теорію з практикою соціальної роботи. Особливо важливим вважається курс "Робота з різними типами клієнтів".

Ключові слова: бакалавр соціальної роботи, соціальний