

## **ТЕМА 1. ПРЕДМЕТ ТА ЗАВДАННЯ КУРСУ ПСИХОЛОГІЯ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ТА КОНФЛІКТОЛОГІЯ. ПОНЯТТЯ СПІЛКУВАННЯ**

1. Предмет та завдання курсу Психологія ділового спілкування та конфліктологія
2. Поняття «спілкування» в психології
3. Види потреб у спілкуванні
4. Структура спілкування
5. Функції спілкування

### **1. Предмет та завдання курсу Психологія ділового спілкування та конфліктологія**

Навчальна дисципліна «Психологія ділового спілкування» є гуманітарною дисципліною, інтегративним курсом, який має тісні зв'язки з різними навчальними дисциплінами: психологією, менеджментом, психологією праці, психологією управління, соціологією, соціальною психологією, психологією особистості, риторикою, конфліктологією та ін.

Предметом вивчення даного курсу є психологічні засади організації спілкування у професійній та діловій сферах.

Основною метою його опанування є оволодіння психологічною теорією і практикою організації ділового спілкування.

Реалізація даної мети відбуватиметься у процесі виконання таких завдань: опанування студентами психологічних основ ділового спілкування та конфліктології; визначення рівня сформованості комунікативних умінь та можливостей регулювання конфліктів у діловій сфері; оволодіння системою методів та засобів ділового спілкування; формування здатності до організації ділових переговорів, колективних дискусій, ефективного впливу на аудиторію; опанування стратегій, методами регулювання конфліктних ситуацій.

Дана навчальна дисципліна зорієнтована на вивчення особливостей ділового спілкування. Його суб'єктом є носій активного, діяльного, творчого начала, комунікативно досвідченою особистістю, здатною свідомо планувати, організувати власну комунікативну діяльність, впливати на партнера, сприймати його, аналізувати й оцінювати інформацію.

Суб'єктом ділового спілкування може бути окрема людина: керівник, колега, підлеглий. Суб'єктом ділового спілкування є також і соціальна група, яка у зовнішній взаємодії з іншими суб'єктами, впливає на поведінку кожного члена (учасника) комунікативного процесу.

Об'єкт ділового спілкування – спільна діяльність суб'єктів спілкування. Її результат виявляється як комунікативна діяльність, що полягає у поглибленні поінформованості, у розвитку комунікативних умінь, у збагаченні комунікативного досвіду.

### **2. Поняття «спілкування» в психології**

Проблема спілкування багатогранна. За останні роки вона стала предметом вивчення багатьох наук. Але кожна наука вкладає свій зміст у визначенні поняття "спілкування". І єдності поки немає.

У процесі спілкування люди обмінюються один з одним знаннями, досвідом, науковою, життєвою, навчальною інформацією. Взаємодіючи, вони досягають домовленості про спільну працю й відпочинок; встановлюють єдність настроїв і поглядів; досягають спільності думок, переживань, установок по відношенню до різних подій, інших людей, самим собі. При спілкуванні передаються манери, звичаї, стиль поведінки, проявляються згуртованість і солідарність, що відрізняють групову та колективну діяльність.

На жаль, наукові уявлення про спілкування досить суперечливі. Є велика кількість монографій і наукових досліджень з проблеми спілкування, по проблема ділового спілкування у вітчизняній літературі залишається практично мало вивченою.

Неможливо уявити собі розвиток людини, його зв'язок з соціумом поза спілкуванням з іншими людьми. Історичний досвід і повсякденна практика свідчать про те, що повна ізоляція людини від суспільства, позбавлення його контактів з іншими людьми призводить до повної втрати людської особистості, її соціальних якостей і властивостей.

Спілкування включає в себе все різноманіття духовних і матеріальних форм життєдіяльності людини і є його нагальною потребою.

Необхідність спілкування обумовлюється в кінцевому рахунку необхідністю участі людей у виробництві матеріальних благ. А у сфері духовного життя центральне місце займає потреба особистості у придбанні соціального досвіду, в прилученні до культурних цінностей, в оволодінні принципами і нормами поведінки в суспільстві і конкретному соціальному середовищі, а все це неможливо без контактів з іншими людьми.

Інтерес до проблеми спілкування сягає своїм корінням в далеке минуле. Спілкування, процеси взаємодії між людьми, їхні взаємини, ці питання, з якими стикалася людина, вступаючи в контакт з іншими людьми, завжди привертали до себе пильну увагу.

### 3. Види потреб у спілкуванні

Потреби сучасного суспільства, його духовної і матеріальної сфер роблять проблему спілкування надзвичайно актуальною. Без розвитку форм спілкування практично неможливі такі області людської діяльності, як виховання, освіта, охорона здоров'я, наука, мистецтво, політика, ідеологія та ін. У зв'язку з цим висувається завдання систематизації та накопичення достовірних знань з питань спілкування, прогнозування потреб людей в нових його видах при збереженні традиційних.

Спілкування трактується як найважливіша соціальна потреба, поза реалізацією якої сповільнюється, а іноді і деформується, соціальне буття особистості, її взаємовідношення з суспільством. У процесі спілкування людина реалізує цілий ряд потреб.

Потреба в безпеці виявляється в тому, що людина починає спілкуватися заради зниження страху, внутрішньої тривоги і невпевненості. Навіть зовсім незнайомі люди стають більш товариськими в ситуації невизначеності або тривожного очікування.

Потреба в пізнанні. Коли людина розглядається як джерело певної, потрібного в даний момент інформації, то головним мотивом спілкування стає потреба в пізнанні. Наприклад, про лектора ми судимо по тому, як він задовольняє цю нашу

потребу. Якщо наша потреба в пізнанні не задоволена, то лектор нам не подобається незалежно від інших його достоїнств.

Потреба бути індивідуальністю проявляється у прагненні до такого спілкування, при якому ми могли б "прочитати" на обличчю, по мові, по поведінці іншої людини визнання нашої неповторності, унікальності, незвичайності.

Потреба в престижі виявляється тоді, коли у спілкуванні з іншими ми отримуємо визнання наших особистісних якостей, захоплення нами, позитивні оцінки оточуючих. Не знаходячи визнання, людина буває засмученою, розчарованою, а іноді навіть агресивною.

Потреба в домінуванні проявляється у прагненні чинити активний вплив на образ думок, поведінку, смаки, установки іншої людини. Задовольняється ця потреба лише в тому випадку, якщо змінюється поведінка іншої людини під нашим впливом. Поряд з потребою в домінуванні, у деяких людей присутній потреба в підпорядкуванні іншому.

Потреба в заступництві або турботі про іншого проявляється в ситуаціях, коли хтось потребує допомоги. Допомагаючи, людина при цьому відчуває задоволення. Потреба в турботі про іншого постулює формулює альтруїзм.

Потреба в допомозі виражається в готовності людини прийняти допомогу. Ця допомога, будучи прийнятою, приносить задоволення тому, хто її надав. Відмова партнера може бути сприйнята негативно - як необґрунтована незалежність і гордість.

Ми підійшли до питання, а що ж таке спілкування взагалі, що включає в себе саме поняття, на яку трактування можна спертися?

Очевидно, що спілкування - складний і вельми багатогранний процес. Існування безлічі різних визначень поняття "спілкування" насамперед пов'язано з різними підходами і поглядами на цю проблему. Розглянемо деякі з них.

Б. Д. Паригін зазначає, що спілкування може виступати в один і той же час і як процес взаємодії людей, і як інформаційний процес, і як ставлення людей один до одного, і як процес їх взаємного впливу один на одного, і як процес їх взаємного переживання і взаємного розуміння один одного. Визначення Б.Д. Паригін орієнтує на системне розуміння сутності спілкування, його багатofункціональність і діяльну природу. І дійсно, зрозуміти спілкування тільки в одному аспекті практично неможливо.

А.А. Бодальов пропонує розглядати спілкування як "взаємодія людей, змістом якого є обмін інформацією за допомогою різних засобів комунікації для встановлення взаємовідносин між людьми". Позиція А. А. Бодальова стала для багатьох психологів визначальною.

А.А. Леонтьєв підходить до спілкування як до умови "будь-якої діяльності людини".

Л. П. Буюєва зазначає, що завдяки спілкуванню людина засвоює форми поведінки.

М. С. Каган розглядає спілкування як "комунікативний вид діяльності", що виражає "практичну активність суб'єкта".

В. С. Коробейников визначає спілкування як "взаємодія суб'єктів, що володіють певними соціальними характеристиками".

У цілому аналіз робіт, присвячених теоретичним і прикладним питанням спілкування, показує, що ні в загальній, ні з соціальної психології ще не

визначений принциповий підхід до визначення основних параметрів поняття "спілкування".

Ми будемо використовувати наступне визначення.

Спілкування - складний багатоплановий процес встановлення і розвитку контактів між людьми, породжуваний потребами спільної діяльності і включає в себе обмін інформацією, вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття і розуміння іншої людини.

#### 4. Структура спілкування

Спілкування властиво всім вищим живим істот, але рівні людини воно набуває найдосконаліші форми, стає усвідомленим і опосередкованим промовою. У житті людини немає навіть самого нетривалого періоду, коли б він знаходився поза спілкуванням.

Спілкування – це форма психологічного взаємозв'язку людей у процесі їхньої спільної діяльності. Це взаємодія людей у процесі спільної діяльності, яка передбачає обмін інформацією, сприймання людьми один одного, обмін думками, діями. Спілкування має свою структуру. Воно складається з трьох компонентів: комунікативного, перцептивного та інтерактивного. Г.М. Андреева називає їх сторонами спілкування.

Комунікативна сторона спілкування проявляється через дії особистості, свідомо орієнтовані на їх смислове сприйняття іншими людьми.

Комунікація – це обмін та передавання складовими інформації між людьми (ідей, уявлень, інтересів, настрою, почуттів). Інформацію не лише передають, а й формують, уточнюють, засвоюють. Існують відповідні вимоги до інформації, яка функціонує у діловій сфері. Вона має бути зрозумілою, викликати довіру до передавача інформації, має передбачати оптимальний зворотний зв'язок. Комунікативний компонент спілкування сприяє збагаченню досвіду людини, нагромадженню знань, узгодженню дій.

Обмінюючись інформацією, людина може отримати суперечливі дані про якусь подію чи особу, які не може пояснити або виправдати: виникає психологічний дискомфорт або когнітивний дисонанс: стан дискомфорту і напруги, викликані суперечністю між протилежними знаннями однієї людини.

Комунікативний вплив відбувається за умови прийняття єдиної системи значень усіма учасниками акту комунікації. Комунікативний аспект спілкування реалізується з допомогою вербальних і невербальних засобів. Вони є ефективними, коли партнери у спілкуванні використовують однакові засоби для кодування та декодування інформації: «говорять однією мовою». Це сприяє порозумінню. Якщо такої єдності немає – виникають різні комунікативні бар'єри, мотиви, які перешкоджають спілкуванню з окремою людиною чи групою людей.

Інтерактивна сторона спілкування є взаємодія (і вплив) людей в процесі міжособистісних відносин.

Інтерактивна складова спілкування характеризується тим, що співрозмовники планують спільну діяльність, обмінюються діями, виробляють форми і норми спільних дій, спрямовані на взаємну зміну їхньої поведінки, діяльності, стосунків, настанов з метою забезпечення результативності спілкування і вироблення єдиної стратегії.

Оснoву взаємодії становлять різноманітні міжособистісні контакти та дії. Взаємодії притаманна причинова залежність дій партнерів, коли поведінка кожного є водночас і стимулом, і реакцією на поведінку інших.

Структурними складовими процесу взаємодії в спілкуванні є суб'єкти взаємодії, взаємний зв'язок (на основі формальних і неформальних взаємин), взаємовплив, взаємні зміни суб'єктів взаємодії (зміна точок зору, поглядів, ставлення тощо).

У процесі взаємодії кожен прагне орієнтуватися на свої цілі та цілі партнера.

Залежно від міри врахування у взаємодії цих цілей вирізняють такі стратегії поведінки:

- співпраця – максимальне досягнення учасниками взаємодії своїх цілей;
- протидія – орієнтованість лише на власні цілі, неврахування інтересів партнера;
- компроміс – часткове, проміжне (іноді тимчасове) досягнення цілей партнерів заради збереження умовної рівності та збереження стосунків;
- поступливість – жертвування своїми потребами для досягнення цілей партнерів;
- ухилення – уникання контактів, відмова від досягнення власних цілей, щоб не дати виграти партнерові.

Ці стратегії недоречно оцінювати за критерієм «позитивна-негативна», оскільки всі вони залежать від конкретної ситуації спілкування, інтересів партнерів і т. ін.

Перцептивна сторона спілкування (від лат. - Сприйняття) проявляється через сприйняття і оцінку людьми соціальних об'єктів (інших людей, самих себе, груп, інших соціальних спільнот).

Інформація, яку отримують співрозмовники під час контактів по різних каналах, дає можливість скласти більш або менш об'єктивне враження про те, що являє собою партнер у спілкуванні, проникнути в його внутрішній світ, зрозуміти мотиви поведінки, звички, ставлення до фактів, дійсності. Шлях пізнання людини людиною у процесі спілкування є складним. Серед умов, які сприяють взаємопізнанню в спілкуванні, важлива роль належить чиннику особистісно-соціальної значущості предмета спілкування, характеру ситуації спілкування та тривалості контактів. Коли зазначені умови об'єктивно наявні в спілкуванні, ймовірність виявлення істотних психологічних рис особистості зростає.

Адекватний психологічний портрет суб'єкта спілкування формується залежно від об'єктивних і суб'єктивних чинників і включає в себе дію трьох важливих механізмів сприймання людини людиною:

ідентифікацію, рефлексію (інтерпретацію) і стереотипізацію.

Перший етап у механізмі пізнання людини людиною – ідентифікація. Це спосіб розуміння іншої людини через усвідомлюване або неусвідомлюване уподібнення до того самого суб'єкта, який пізнає.

Сутність ідентифікації полягає в тому, що в ситуаціях взаємодії партнери намагаються зрозуміти один одного, ставлячи себе на місце іншого.

Так, студент добре розуміє хвилювання та поведінку іншого студента перед іспитом, закоханий – страждання того, кого спіткала невдача у коханні, взаємність.

Для визначення власної тактики в спілкуванні співрозмовникові важливо знати, як індивід, що входить з ним у контакт, сприймає його самого.

Усвідомлення суб'єктом того, як його сприймає партнер у спілкуванні, має назву рефлексії. Рефлексія поглиблює сприймання іншої людини, оскільки дає уявлення про ставлення до себе як до суб'єкта сприймання. У процесі спілкування ідентифікація та рефлексія постають в єдності, завдяки чому забезпечується його психологічна інформативність. Дефіцит апріорних знань про психологію людей, з якими доводиться спілкуватися, не дає співрозмовникам можливості відразу визначитись з тим, як найкраще підтримувати і розвивати контакти.

Інтерпретація дій і вчинків здійснюється або на підставі ідентифікації, тобто через приписування іншому тих мотивів і почуттів, які, на думку суб'єкта, він сам виявив би в аналогічній ситуації, або шляхом віднесення партнера у спілкуванні до певної категорії осіб, стосовно яких існують певні стереотипні уявлення.

Тобто, мова йде про ще один механізм сприймання – про стереотипізацію. Це класифікація форм поведінки та інтерпретація їх причин через зіставлення зі зразками, що відповідають соціальним стереотипам.

Стереотип – це сформований за конкретних соціальних умов образ людини, яким користуються, як штампом. Стереотипізацію як прийом узагальнення типових рис, притаманних особистостям як носіям певних соціальних та психологічно важливих характеристик, широко застосовують у класичній художній літературі. Таким є, наприклад, Голохвастов із комедії І. Карпенка-Карого «За двома зайцями», Возний із п'єси І. Котляревського «Наталка Полтавка» та ін.

Проте стереотипізація може бути й помилковою, й бути упередженням, коли інтерпретація фактів, на підставі яких робляться узагальнення, виявляється недостатньо аргументованою, а самі факти не вичерпують сутності стосунків.

Так, упродовж сприймання незнайомої людини важливу роль відіграє первинна інформація, яку отримує суб'єкт сприймання.

Якщо у реципієнта попередньо створити відповідну установку стосовно іншої людини, то вона може відіграти вирішальну роль у сприйманні в процесі спілкування. Спрацює стереотип. Експериментально доведено, що попередня інформація, яку отримує суб'єкт сприймання, виявляється істотним підґрунтям для формування упередженості в оцінці іншої людини. В одному експерименті двом групам студентів була показана світлина однієї й тієї ж людини. У першому випадку експериментатор схарактеризував її як видатного вченого, а в другому – як злочинця. Пропонувалося за зовнішнім виглядом схарактеризувати. Перша група студентів, якій була дана інформація про «видатного вченого», повідомила, що зовнішність людини на фото свідчить про її інтелект, напружену роботу думки, доброту, зосередженість. Друга група – варіант «небезпечного злочинця» – стверджувала, що перед нею портрет жорстокої, рішучої та підступної людини. Одна й та сама деталь портрета – очі – в одному випадку тлумачились як яскраві і розумні, а в іншому – як злі та нещадні.

Стереотипи, що виникають на основі позитивних або негативних настанов, у спілкуванні виявляються у суб'єктивізмі. У спілкуванні досить поширені стереотипи, що ґрунтуються на оцінюванні зовнішності співрозмовника і зумовлюють деформовані суб'єктивні уявлення про його реальні якості. Це може

завдати істотної шкоди стосункам і є небажаним явищем у роботі з людьми (особливо небажані такі ситуації в роботі педагогів, керівників колективів).

Основне завдання сприйняття – сформувані перше враження про людину. Воно здійснюється під впливом трьох чинників – чинника переваги, чинника привабливості та чинника ставлення до спостерігача.

Дія чинника переваги найчастіше виявляється в умовах нерівності партнерів у тій чи іншій сфері – соціальній, інтелектуальній, груповій тощо. Суть його полягає в тому, що партнери у спілкуванні схильні завжди переоцінювати різні якості тих людей, які переважають їх за якимись параметрами. Якщо ж вони мають справу з партнерами, яких вони, на їх думку, в чомусь переважають, то вони їх недооцінюють. Іншими словами, відбувається або загальне недооцінювання, або загальне переоцінювання партнера.

Чинник привабливості забезпечує реалізацію такої схеми: чимбільше зовні приваблива для нас людина, тим краща вона для нас з усіх поглядів. Якщо ж людина неприваблива, то інші її якості недооцінюють.

Чинник ставлення до спостерігача регулює включення сприйняття в схему: позитивне ставлення до нас викликає тенденцію приписувати партнерові позитивні властивості та відкидати, ігнорувати негативні. І навпаки: вочевидь недобррозичливе ставлення викликає стійку тенденцію не помічати позитивного і гіперболізувати негативне.

Формування першого враження у процесі сприймання є не самоціллю, а регулятором подальшої поведінки людини у спілкуванні. Воно необхідне для того, щоб виявити головні характеристики співрозмовника і відповідно до них визначити конкретну «техніку спілкування».

Всі сторони спілкування взаємопов'язані і взаємозумовлені.

Спираючись на концепцію А.А. Леонтьєва, перерахуємо основні структурні компоненти спілкування:

- Предмет спілкування - це інша людина, партнер але спілкуванню;
- Потреба в спілкуванні полягає в прагненні людини до пізнання та оцінці інших людей, а через них і з їх допомогою - до самосвідомості, до самооцінки;
  - - Мотиви спілкування - те, заради чого воно робиться;
  - - Дії спілкування - це цілісний акт, адресований іншій людині (дві основні категорії дій - ініціативні і відповідні);
  - - Завдання спілкування - це мета, на досягнення якої в конкретній ситуації спрямовані різноманітні дії, що здійснюються в процесі спілкування;
  - - Продукт спілкування - освіти духовного і матеріального характеру, що створюються в результаті спілкування.

## 5. Функції спілкування

Функції спілкування виділяються відповідно до змісту спілкування. Розрізняють чотири основні функції спілкування.

Інструментальна функція характеризує спілкування як соціальний механізм управління і передачі інформації, необхідної для виконання дії.

Інтегративна функція розкриває спілкування як засіб об'єднання людей.

Функція самовираження визначає спілкування як форму взаєморозуміння психологічного контексту.

Трансляційна функція виступає як функція передачі конкретних способів діяльності, оцінок і т.д.

Серед інших функцій спілкування можна назвати:

- експресивну (функція взаєморозуміння переживань і емоційних станів),
- функцію соціального контролю (регламентації поведінки і діяльності),
- соціалізації (формування навичок взаємодії в суспільстві відповідно до прийнятих норм і правил) та ін.

Для найбільш повної характеристики спілкування розглянемо його типологію.

Самою загальною класифікацією є виділення безпосереднього і опосередкованого спілкування.

Безпосереднє спілкування - це спілкування пряме, без посередників.

Опосередковане спілкування - спілкування за допомогою посередників, обумовлено зовнішніми факторами і заломлюється через них. Це може бути досвід попередніх поколінь, технічні засоби масової комунікації.

Також спілкування ми розділяємо на формальне і неформальне.

Спілкування, обумовлене соціальними функціями, називається формальним. Партнери в цьому випадку можуть нічого не знати один про одного, так як в цьому немає необхідності. Важливо знати соціальні ролі. Кожен з партнерів у такому спілкуванні очікує від іншої певних дій, обумовлених його соціальною роллю.

Наприклад, соціальна роль пасажира транспорту припускає, що у відповідь на вимогу контролера він пред'являє йому проїзний квиток, а в разі його відсутності - оплатити штраф.

Вид спілкування, протилежний формального, - спілкування неформальне. Воно наповнена особистісним змістом, обумовлене тими особистісними відносинами, які встановилися між партнерами. Вища форма неформального спілкування - дружба. Людині властиво прагнути до неформального спілкування.

По цілям спілкування ділиться на біологічне та соціальне.

Біологічне спілкування - це спілкування, необхідне для підтримки, збереження і розвитку організму. Воно пов'язане з задоволенням основних органічних потреб.

Соціальне спілкування переслідує мети розширення і зміцнення міжособистісних контактів. Існує стільки приватних видів спілкування, скільки виділити підвидів біологічних і соціальних потреб.

Основні з них: ділове і особистісне.

Ділове спілкування зазвичай включено в спільну продуктивну діяльність людей і служить засобом підвищення якості цієї діяльності. Його змістом є те, чим зайняті люди, а не ті проблеми, які зачіпають їх внутрішній світ.

Особистісне спілкування, навпаки, зосереджено в основному навколо психологічних проблем внутрішнього характеру: пошук сенсу життя, визначення свого ставлення до значимого людині, до того, що відбувається навколо, дозвіл будь-якого внутрішнього конфлікту.

У житті людини спілкування не існує як відокремлений процес або самостійна форма активності. Воно включено в індивідуальну або групову

практичну діяльність, яка не може ні виникнути, ні здійснитися без інтенсивного і різнобічного спілкування.

Нас цікавитиме ділове спілкування, тобто спілкування, що має ціль поза собою і служить способом організації та оптимізації того чи іншого виду предметної діяльності: виробничої, наукової, комерційної і т.д.