

ОРГАНІЗАЦІЙНА ПСИХОЛОГІЯ; ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ

УДК 159.9:81.23

DOI <https://doi.org/10.32782/psy-visnyk/2022.1.29>

Власенко О. О.

*кандидат економічних наук, доцент,
докторант зі спеціальності 053 «Психологія»
Університету Григорія Сковороди в Переяславі*

РОЛЬ МОВЛЕННЯ ТА ПРОФЕСІЙНО-МОВЛЕННЕВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У КОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

THE ROLE OF SPEECH AND PROFESSIONAL-SPEECH COMPETENCE IN THE ORGANIZATIONAL MANAGEMENT COMMUNICATION PROCESS

У статті проаналізовано роль комунікаційного процесу в управлінні організацією. Визначено, що одним із основних завдань управління є узгодженість діяльності персоналу. Процес взаємодії з яким відбувається шляхом використання мовлення. Мовлення, з позиції психології, розглядається як найвища психічна функція людини. Воно виконує дві основні функції: комунікативну та сигніфікативну. В управлінні, для налагодження комунікаційних зв'язків використовує два види мовлення: письмове та усне. Суттєвим аспектом формування усного мовлення є невербальна комунікація, яка є дуже впливовою при діловому спілкуванні. Письмове та усне мовлення є двома компонентами єдиної комунікаційної системи, що будується в процесі управління організацією. В діловому спілкуванні предмета співбесіди та співрозмовника. Виокремлено, що існують ряд принципів, дотримання яких веде до підвищення продуктивності ділового спілкування. Кожен етап комунікаційного процесу ґрунтується на професійних знаннях та особистісних компетенціях і якостях співрозмовників. Структура діалогу при діловому спілкуванні складається з певних етапів, і на кожному з них важливим фактором впливу є професійно-мовленнєва компетенція.

Ключові слова: мовлення, ділове спілкування, професійно-мовленнєва компетентність, комунікаційний процес, управління підприємством.

The article analyzes the role of the communication process in the management of the organization. It is determined that one of the main tasks of management is the coherence of staff activities. The process of interaction that occurs through the use of speech. Speech, from the standpoint of psychology, is considered the highest mental function of man. It performs two main functions: communicative and significant. In management, he uses two types of speech to establish communication: written and oral. An essential aspect of the formation of oral speech is non-verbal communication, which is very influential in business communication. Written and oral speech are two components of a single communication system, which is built in the process of managing the organization. In business communication, when creating a message, professional language tools are used, which are inherent in the specialization to which the specialist belongs. Speech tools are used to construct the appeal, which are directed at arguing the main idea of the message. The use of argumentation requires considerable knowledge and concentration. Two main groups of methods are used for argumentation: rhetorical, speculative. Mastering professional speech competence allows the correct and most effective use of these speech tools. The peculiarity of business communication, compared to the usual, is an important psychological principle – the distinction between the subject of the interview and the interlocutor. It is pointed out that there are a number of principles, a compliance of which leads to increased productivity of business communication. Each stage of the communication process is based on the professional knowledge and personal competencies and qualities of the interlocutors. The structure of dialogue in business communication consists of certain stages, and at each of them an important factor of influence is professional speech competence.

Key words: speech, business communication, professional speech competence, communication process, enterprise management

Вступ. Суспільна потреба будь якої соціальної системи – це потреба в управлінні, що забезпечує організацію, підпорядкованість та узгодженість взаємодії людей для досягнення певних цілей. Управління з кожним роком стає більш складним, з'являються нові сфери суспільної праці, кількість людей задіяних в управлінні збільшується і виникають нові компетентності, які необхідно опа-

новувати. Це спонукає постійну зміну психологічних аспектів системи управління, як специфічного виду діяльності. Основний об'єкт будь якого управління – це працівник. Саме аналіз процесу комунікації з особистістю обумовлює зростання ступеня важливості дослідження психологічного аспекту мовлення та професійно-мовленнєвої компетентності в процесі управління організацією.

Вивченням комунікаційного процесу займалися чимало вчених. З позиції менеджменту розглядали: В. Бебик, М. Васильченко, В. Гришко, В. Жигалов, А. Зверинцева, Т. Орлова та ін. Психолінгвістичний аспект комунікації висвітлено у працях Л. Виготського, М. Жинкіна, І. Зимньої, Л. Калмикової, Г. Костюка, О. Леонтьєва, С. Рубінштейна, Л. Щерби, Л. Якубінського та ін. Комунікацію, як процес впливу на поведінку особистостей, розглядали: Л. Дуб, У. Ламмерс, Д. Карнегі, Г. Лассвелл, У. Ліппман, М. Маклюен, А. Моль та ін.

Ціллю даного дослідження є аналіз ролі, взаємозв'язку мовлення і професійно-мовленнєвої компетентності та визначення їх впливу на комунікаційний процес управління організацією.

Виклад основного матеріалу дослідження. Значення управління в системі визначається тими завданнями, що воно вирішує в процесі досягнення визначених цілей. Деякі працівники самостійно планують та організують свій трудовий процес, у інших, праця не можлива без чіткого управління зовнішнього спостерігача. Однак, в усіх випадках, використовуються основні принципи, функції та інструменти менеджменту. Основна ціль управління індивідом – це максимально ефективно використати його фізичний, інтелектуальний та соціальний потенціал. Сукупність особистісних потенціалів індивідів складає трудовий ресурс організації.

Існують різноманітні підходи до визначення менеджменту. На нашу думку, найбільш вдале визначення дає І. Іванова, яка робить акцент впливу на особистість окремого працівника, за підходом якої "менеджмент – це професійна управлінська діяльність в ринкових умовах з формування організацій і управління ними через постановку цілей і раціональне використання всіх видів ресурсів шляхом впливу на діяльність окремого працівника, групи і організації в цілому для досягнення оптимальних результатів". [2, с. 71]

Основним завданням управління – є узгодженість діяльності людей, що працюють в організації. Виходячи з цього, виникає проблема взаємодії в процесі управління із працівниками за для узгодженості своїх дій. В більшості випадках, процес взаємодії відбувається шляхом використання мовлення.

Як зазначала Л. Калмикова: «В мовленні, як у дзеркалі, відбивається спрямованість особистості, її настанови й тенденції, потреби, інтереси, схильності та ідеали». [3, с. 9]

Розрізняють два види мовлення: монологічне та діалогічне. [6, с. 305]

Монологічному мовленні характерна ситуація, коли тільки один з учасників комунікаційного процесу активно формулює мовленнєве повідомлення, транслює його зміст, передає власне ставлення до проблеми, а інші лише сприймають, не продукуючи зустрічних повідомлень. До монологічного мовлення в управлінні організацією відносять: доповідь, виступ, лекція, наказ, розпорядження.

У діалогічному мовленні беруть участь декілька учасників спілкування, які по черзі формують свої

повідомлення, при цьому, у кожного з них є інтерес як і до інформації так і до позиції того, хто говорить. До діалогічного мовлення в управлінні організацією відносять: ділову бесіду, переговори, наради, дискурс, дебати.

Мовлення, з позиції психології, розглядається як найвища психічна функція людини. Воно виконує дві основні функції: комунікативну та сигніфікативну.

В організації, комунікативну функцію забезпечує комунікативний процес, що відбувається між співробітниками і співробітниками та іншими людьми, поза межами організації. Мета будь якого комунікаційного процесу – забезпечити передачу інформації, яка буде зрозумілою для всіх учасників цього процесу. Забезпечення продуктивного комунікаційного процесу є особливо важливим для управління організацією, тому, що основою для ефективного управління є комунікація.

Як писав Д. Карнегі: «Виявилось, що навіть у таких галузях економіки, як машинобудування, фінансовий успіх лише на п'ятнадцять відсотків визначатиметься рівнем технічних знань фахівців, а на вісімдесят п'ять відсотків – їх навичками людського спілкування, тобто особистими якостями та вмінням керувати людьми». [4, с. 11]

Для налагодження комунікаційних зв'язків, менеджер в процесі своєї діяльності використовує два види мовлення: письмове та усне.

Письмове мовлення виражається в усіх видах документів, що може сприйматися зором. Особливістю такого мовлення є можливість найоптимальніше, найкращим чином для сприйняття, побудувати інформаційне повідомлення. Необхідно зазначити, що для такого формулювання є часові можливості та відповідні професійні, трудові ресурси. При цьому, певна частина таких повідомлень є заздалегідь формалізованими, тому, що вони відповідають стандартним ситуаціям, що виникають при управлінні організацією. Однак ті фактори, що сприяють її перевагам спричиняють і її недоліки. Суттєвий проміжок часу між ситуацією, що склалася, сформованим письмовим повідомленням та процесом її сприйняття персоналом, робить це повідомлення застарілим або в ньому відсутній загальний ситуативний контекст. Цей недолік відсутній в усному мовленні, де існування загальної ситуації об'єднує співрозмовників та надає можливість швидкого зворотного зв'язку у реагуванні на співрозмовника. Однак, усному мовленню притаманні помилки за змістом повідомлення, за рахунок нестачі часу для найкращого формулювання думки.

При управлінні внутрішнім середовищем організації комунікаційний процес має циклічний та замкнутий характер (рис. 1).

Необхідно відмітити, що письмове та усне мовлення є двома компонентами єдиної комунікаційної системи, що будується в процесі управління організацією.

До письмового мовлення в системі управління організацією відносять: накази, розпорядження, інструкції, договори, протоколи, заяви та інші види

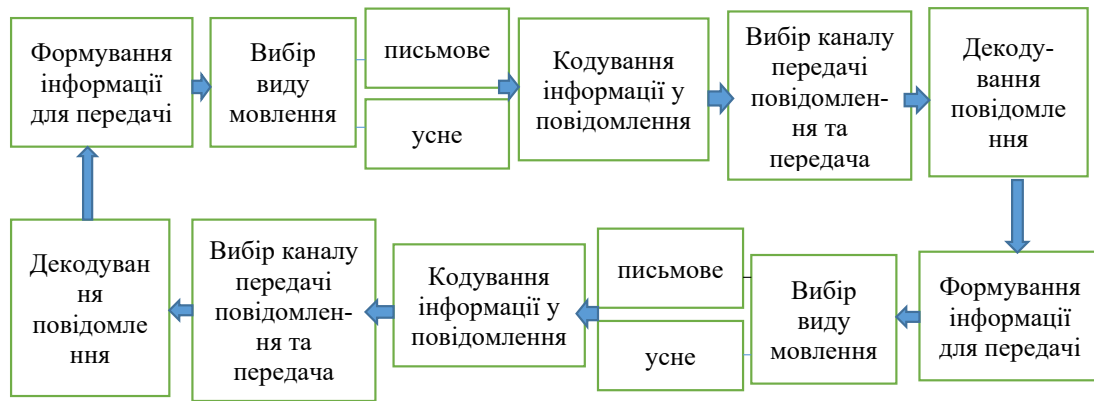


Рис. 1. Комунікаційний процес управління організацією

документально оформленої ділової інформації.

До усного мовлення в системі управління організацією відноситься: ділова бесіда, перемови, дискурс, інтерв'ю, прес-конференція, інформаційне мовлення, доповідь та інші прояви усного мовлення в процесі ділового спілкування.

До суттєвих аспектів формування усного мовлення відноситься невербальна комунікація, яка в деяких випадках, є дуже впливовою при діловому спілкуванні.

Існує ряд характеристик ділового мовлення. Ділове спілкування проходить з певною метою, є особистісно-орієнтованим та відбувається як між співробітниками так із представниками інших організацій. Ціллю ділового спілкування є бажання учасників комунікаційного процесу донести свою думку до інших співрозмовників та вплинути на організацію діяльності з досягнення поставленої мети.

Ділове спілкування передбачає обмін професійною інформацією. Структура діалогу при діловому спілкуванні складається з декілька етапів:

- початок діалогу;
- надання необхідної професійної інформації, щодо ситуації яка склалася;
- наведення аргументів своєї позиції;
- опрацювання аргументів співрозмовника;
- визначення остаточної позиції за цим питанням.

Кожен етап ґрунтується на професійних знаннях та особистісних компетенціях і якостях співрозмовників. Основним на кожному етапі є професійно-мовленнєва компетенція, яка забезпечує володіння вербалізацією відповідними професійними мовними і мовленнєвими засобами створення та передачі повідомлення, а також процесу сприйняття ментального змісту думки, для побудови діалогу при діловому спілкуванні.

Відсутність професійно-мовленнєвої компетенції у менеджера призводить до помилок на етапах:

- вибору виду мовлення (помилки при виборі засобів створення повідомлення);
- вибору каналів передачі повідомлення (не відповідність мовних засобів каналам передачі повідомлення);
- передачі повідомлення (неможливість або неправильне використання мовленнєвих засо-

бів донесення або посилення важливості окремих аспектів повідомлення);

- декодування повідомлення (неправильне сприйняття ментального змісту повідомлення).

При створенні повідомлення в діловому спілкуванні використовуються професійні мовні засоби, що притаманні тієї спеціалізації, до якої відноситься фахівець. При побудові звернення використовуються мовленнєві засоби, які спрямовані для аргументування основної думки повідомлення. Використання аргументації потребує значних знань, концентрації та самовладнання. В більшості випадках, аргументацію найефективніше використовують саме в усному мовленні. Виокремлюють дві основні групи методів побудови аргументації [3]:

- риторичні;
- спекулятивні.

Риторичні методи ґрунтуються на побудові повідомлення, що підпорядковується певним правилам логіки, де є логічна основа аргументу та обґрунтування, що є сукупність доказів і формулювань думок, за допомогою яких хочуть визначити їх коректність. До риторичних методів відносяться [5]:

- фундаментальний метод, який полягає у прямій апеляції до партнера;
- метод суперечності, заснований на знаходженні розбіжностей у аргументах;
- метод виокремлення висновків, що призводить до потрібних результатів твердження через проміжні висновки;
- порівняльний, що ґрунтується на порівнянні та виокремлення відповідних висновків;
- метод розмежування, що базується на виокремленні окремих частин та проміжних висновків, які потім з'єднуються в єдиний результат;
- спосіб «бумерангу», який дає можливість використати аргументи співрозмовника проти нього;
- метод ігнорування, за якою аргументи співрозмовника визнаються не важливими;
- переміщення акцентів, яка передбачає зміщення акцентів та висування на перший план своїх інтересів;
- метод виведення, що заснований на суб'єктивній зміні сутності проблеми;
- опитувальний метод, що ґрунтується на заздалегідь визначених питаннях;

- метод явного сприяння, який демонструє повну згоду із співрозмовником, однак приймається інше рішення.

Основою спекулятивних методів аргументації є використання демагогічних інструментів мовлення. Тобто це звичайні хитрощі мовленнєвого спілкування, які є не прийнятними в серйозній дискусії. До спекулятивних методів відносять [7]:

- техніку перебільшення, яка передбачає збільшення важливості окремих фактів або складання передчасних висновків;
- анекдотичну, яка ґрунтується на зменшенні важливості фактів через висміювання;
- техніку використання авторитету, яка полягає у використанні висловлювань відомих особистостей на свою користь;
- техніку дискредитації співрозмовника, що передбачає у висловленні сумніву щодо особистості співрозмовника;
- техніку ізоляції, що полягає у виокремленні частин із висловлювання і подання їх у зміненому значенні виразу;
- перетворення напряму, засноване на переході до іншого питання, що не має відношення до діалогу;
- витіснення, що полягає у перебільшенні другорядних проблем та ігноруванні питань, що обговорювались;
- техніку помилки, коли повідомляються заплутані відомості;
- техніку відстрочки, яка полягає у затягуванні розмови;
- апеляція, яка ґрунтується на зверненні до співчуття;
- спотворююча техніка, що забезпечує спотворення змісту та переміщення акцентів того, що було сказано співрозмовником;
- питання-капкани, які направлені на плутання співрозмовника та отриманні хибної відповіді.

Правильне, доцільне використання зазначених мовленнєвих засобів дає опанування професійно-мовленнєвої компетенції, яка забезпечує володіння вербалізацією відповідними професійними мовними і мовленнєвими засобами створення та передачі повідомлення, а також процесу сприйняття ментального змісту думки, для побудови діалогу при діловому спілкуванні.

Окрім наявності у особистості високого рівня професійно-мовленнєвої компетентності ефективність ділового спілкування залежить від дотримання співрозмовників етичних норм та принципів. Серед яких можна відокремити: чесність, відповідальність, коректність, тактовність, точність, повагу до співрозмовника.

Особливістю ділового спілкування, у порівнянні із звичайним, є важливий психологічний принцип – розмежування предмета співбесіди та співрозмовника. Суб'єктивне відношення до співрозмовника не повинне впливати на об'єктивність оцінки предмета спілкування.

При діловому спілкуванні звичайно спостерігається «правило подвійного інтересу». Сутність цього правила у тому, що кожний із співрозмовників має

подвійну зацікавленість: результат бесіди, як певне рішення, що приймається всіма сторонами діалогу так і підтримання подальшої співпраці із партнерами.

Важливим елементом ділової розмови є вміння чути співрозмовника. Дж. Честара писав: "Спілкування – це вулиця з двостороннім рухом. Щоб спілкуватися, ми повинні висловлювати наші ідеї, наші думки та наші почуття тим, з ким ми вступаємо у спілкування, але ми повинні дозволити нашим співрозмовникам також висловити свої ідеї, думки та почуття." [5, с. 194]

Необхідно зазначити, що існують ряд принципів, дотримання яких веде до підвищення продуктивності ділового спілкування:

- не квапитись із висновками, щодо цілей та переконань співрозмовника;
- надати можливість співрозмовнику повністю висловити свою думку;
- користуватися відповідними професійними термінами, для формулювання своєї думки;
- ретельне обговорювати умови та схеми прийняття рішень для забезпечення поставлених цілей.

Висновки. Одним із основних завдань управління є забезпечення узгодженості діяльності людей, що працюють в організації. Запорукою забезпечення ефективного управління є налагодження відповідної комунікаційної діяльності як всередині організації так і за її межами. Це виходить з того, що метою комунікаційного процесу є забезпечення ефективною передачею інформації, яка буде зрозумілою для всіх учасників цього процесу.

Кожний етап комунікаційного процесу ґрунтується на професійних знаннях та особистісних компетенціях і якостях співрозмовників. На кожному етапі важливим фактором впливу є професійно-мовленнєва компетенція, яка забезпечує володіння вербалізацією відповідними професійними мовними і мовленнєвими засобами створення та передачі повідомлення, а також процесу сприйняття ментального змісту думки, для побудови діалогу при діловому спілкуванні.

В більшості випадках, комунікаційний процес відбувається шляхом використання мовлення, яке, з позиції психології, є найвищою психічною функцією людини і виконує дві основні функції: комунікативну та сигніфікативну.

Перспективність подальших досліджень вище означеного напрямку, не викликає сумнівів та обумовлена постійним підвищенням значення комунікацій для управління діяльністю організації і регулярними змінами факторів, що впливають на цей процес. Дослідження впровадження професійно-мовленнєвої компетентності в освіту менеджерів є запорукою ефективного опанування вміння вербалізувати відповідними професійними мовними засобами повідомлення, що забезпечить його продуктивну передачу співрозмовнику, а також сприяє вивченню процесу сприйняття ментального змісту думки. Ці навички є першочерговим для кожного менеджера, з огляду необхідності побудови ефективного діалогу при діловому спілкуванні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Андреев В. И. Деловая риторика. (Практический курс делового общения и ораторского мастерства). Москва: Народное образование, 1995. 208 с.
2. Іванова І.В. Професіоналізація менеджменту: Монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 695 с.
3. Калмикова Л.О., Калмиков Г.В., Лапшина І.М., Харченко Н.В. Психологія мовлення і психолінгвістика / За заг. ред. Л.О. Калмикової. Київ: ПереяславХмельницький педагогічний інститут, в-во "Фенікс", 2008. 245 с.
4. Карнеги Д. Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей [пер. с англ. Ф. П. Красавина]. Киев: Наук. думка, 1989. 219 с.
5. Мицич П. Как проводить деловые беседы /Общ. ред. предисл. и послелов. В.М. Шепеля; Пер. М.Б. Беляковский. Москва: Экономика, 1987. 208 с.
6. Павелків Р.В. Загальна психологія. Підручник. Київ: Кондор, 2009. 576 с.
7. Честара Дж. Деловой этикет. Москва: Фаир-Пресс, 1999. 296с.