

Тема 1. Ділове професійне спілкування та комунікація у сфері спортивної індустрії

Мета: розглянути сутність та специфіку професійного спілкування в індустрії спорту; ознайомитись із багатоаспектністю поняття «спілкування»; розглянути особливості ділового спілкування; набути уявлення про моральну культуру як етичну основу ділового спілкування.

План

1. Ділове професійне спілкування в спортивній індустрії як галузь наукового знання.
2. Багатоаспектність поняття «спілкування» у спортіндустрії.
3. Поняття ділового спілкування та його особливості.
4. Моральна культура як етична основа ділового спілкування.

Ключові терміни та поняття: *спілкування; ділове спілкування; галузь наукового знання; об'єкт ділового спілкування; предмет ділового спілкування; функції спілкування; різновиди спілкування (міжособистісне, особистісно-групове, міжгрупове, опосередковане; пряме, непряме; когнітивне, кондиційне, мотиваційне, діяльнісне; діалогічне, монологічне; вербальне, невербальне; ділове (усне, письмове), особистісне); ознаки ділового спілкування; особливості ділового спілкування; моральна культура спілкування; рівні моральної культури спілкування (ритуальний, маніпулятивний, гуманістичний); моральні принципи та норми; етика ділових відносин.*

1. Ділове професійне спілкування в спортивній індустрії як галузь наукового знання

Спілкування – це процес взаємодії між людьми, у ході якої виникають, виявляються і формуються міжособистісні відносини. Соціальний зміст спілкування полягає в тому, що воно є формою життєдіяльності, багатограним процесом взаємодії та взаємовпливу людей один на одного, засобом передачі форм культури й суспільного досвіду.

Ділове спілкування є відносно новою галуззю сучасного гуманітарного знання (виникло в середині ХХ ст.), яке сформувалось під впливом багатьох наук – філософії, етики, соціології, психології, культурології та ін.

Інтегративна специфіка ділового спілкування полягає в тому, що на становлення та розвиток цієї галузі вплинули також і практичні напрями сучасного управління, менеджменту, маркетингу та ін.

Ділове спілкування як галузь наукового знання за Л. Г. Титовою включає такі три предметні області:

1) *психологічну* – пов'язана з проблемами соціально-психологічних механізмів міжособистісних відносин ділових партнерів і психологічних характеристик самих цих партнерів;

2) *ціннісну* – пов'язана з етичними принципами та ціннісними орієнтаціями ділових партнерів;

3) *організаційно-технічну* – пов'язана з прийомами, техніками, технологіями ділового спілкування.

Ділове спілкування тісно пов'язане із системою психологічних наук (загальна психологія, соціальна психологія, психологія особистості, спортивна психологія), етикою, філософією (діалектикою).

Об'єктом ділового спілкування є ділова практика у всьому різноманітті ділових відносин і ділових ситуацій у спортивній індустрії.

Предметом ділового спілкування в спортіндустрії є дослідження соціально-психологічних, ціннісних та організаційно-технічних проблем спілкування в професійній діяльності.

2. Багатоаспектність поняття «спілкування» у спортіндустрії

Існує чимало визначень поняття «спілкування».

Багатоаспектність поняття «спілкування» відображує таке його визначення: це взаємодія людей у процесі спільної діяльності, яка передбачає обмін інформацією, сприймання людьми один одного, обмін думками, діями.

Тобто, можна виокремити три основні аспекти процесу спілкування:

1) комунікативний – обмін інформацією між учасниками спілкування;

2) перцептивний – процес сприйняття співрозмовниками один одного та встановлення на цій основі взаєморозуміння (розуміння та пізнання людьми один одного);

3) інтерактивна – організація взаємодії між учасниками спілкування, регуляція поведінки суб'єктів та їхньої спільної діяльності.

Основними функціями спілкування є психологічна (стимулює розвиток когнітивних і емоційно-вольових процесів), соціальна (детермінує розвиток суспільства як соціальної системи), інструментальна (визначає зв'язки між особистістю та різними соціальними групами).

Розроблено багато класифікацій спілкування:

1) *залежно від контингенту:*

- міжособистісне спілкування – процес взаємодії між людьми, під час якого відбувається сприйняття, взаємовплив на співрозмовника, виявляються психологічні особливості кожного суб'єкта, забезпечуються потреби людей у соціальних контактах та емоційних стосунках;

- особистісно-групове спілкування – процес взаємодії окремої особистості та групи людей;

- міжгрупове спілкування передбачає участь двох або більше груп, кожна з яких має власну позицію та цілі;

- опосередковане спілкування здійснюється за допомогою третіх осіб або технічних засобів;

2) *залежно від безпосередності спілкування:*

- пряме спілкування полягає в безпосередньому процесі сприйняття один одного;

- непряме спілкування відбувається через посередників, якими можуть бути інші люди.

3) *залежно від спрямування:*

- ділове спілкування (офіційне, формальне) – це цілеспрямоване спілкування, що регулює офіційні стосунки комунікантів у різних професійних галузях і поділяється на:

- усне ділове спілкування – взаємодія однієї службової особи з іншою чи колективом (ділова бесіда, діловий прийом, ділова доповідь, ділова розмова телефоном, ділові переговори тощо);

- письмове ділове спілкування (автобіографія, резюме, заява, скарга, доповідна записка, протокол, оголошення, службова записка тощо);

- особистісне спілкування (дружнє, неформальне) – обмін інформацією особистого (приватного) характеру;

4) *за змістом:*

- когнітивне – обмін знаннями (наприклад, під час освітнього процесу);

- кондиційне – обмін психічними та фізіологічними станами, тобто певний вплив на психічні стани іншого (наприклад, бажання зіпсувати настрій партнеру);

- мотиваційне – спрямоване на передачу іншому співрозмовнику певних установок або готовність діяти певним чином;

- діяльнісне – обмін вміннями, навичками, діями тощо.

5) *за характером:*

- діалогічне;

- монологічне;

б) *за засобом:*

- вербальне спілкування – комунікація за допомогою усної та письмової мови;

- невербальне спілкування – комунікація за допомогою жестів, міміки, паузи, відстані тощо.

3. Поняття ділового спілкування та його особливості

Ділове спілкування – це особливий вид спілкування, що здійснюється в спільній професійно-предметній діяльності, зміст якого визначається соціально значимим предметом спілкування, а також взаємним психологічним впливом. Мета ділового спілкування – спрямованість дій ділових партнерів на вирішення певної соціально значимої проблеми.

Ознаки ділового спілкування:

- воно завжди пов'язане з будь-якою предметною діяльністю людей, без неї не існує, тобто є формою організації цієї діяльності;

- зміст спілкування визначається самим предметом спілкування: тим, чим безпосередньо зайняті суб'єкти спілкування (наприклад, предметом обговорення може бути надання послуг);

- наявність в діловому спілкуванні взаємного психологічного впливу ділових партнерів (переконання, маніпуляція, сугестія, ігнорування, наслідування тощо);

- слугує способом набуття та формування професійних навичок (ділові дискусії, прес-конференції, дебати, переговори, бесіди, презентації тощо).

- формувально-рольовий принцип взаємодії суб'єктів спілкування, що полягає у субординації ділової взаємодії (трудовий кодекс, кодекс честі, діловий етикет тощо).

У діловому спілкуванні внутрішній світ суб'єктів практично не зачіпається, але його вплив може відбиватися на емоційному фоні ділового спілкування.

Особливості ділового спілкування:

- наявність певного офіційного статусу об'єктів;

- спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів і підтримку зв'язків між представниками взаємозацікавлених організацій;

- відповідність певним загально визнаним 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, як правило, не виходячи за рамки певного кола;

- взаємоузгодженість рішень, домовленість і подальша організація взаємодії партнерів;

- значущість кожного партнера як особистості;

- безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що бентежать їх внутрішній світ.

Ділове спілкування формується в умовах конкретної діяльності, а тому воно певною мірою вбирає в себе її особливості, є важливим її складником, засобом цієї діяльності.

Специфіка ділового спілкування полягає в регламентованості, тобто підпорядкуванні встановленим обмеженням, що визначаються національними й культурними традиціями, а також професійними етичними принципами.

4. Моральна культура як етична основа ділового спілкування

Моральна культура репрезентує здатність людини до вибору в спілкуванні, зокрема в діловому, таких комунікативних форм, стратегій і засобів, що сприяють формуванню ефективних партнерських стосунків.

Вона визначається як співвіднесення, певна кореляція почуттів, мислення, поведінки з моральними цінностями, установками, принципами та нормами.

Для моральної культури спілкування властиве прагнення до взаєморозуміння, відвертості, симпатії, довіри, вміння говорити та слухати.

Рівні моральної культури спілкування:

- ритуальний (спілкування людей у буденному житті з дотриманням загальноприйнятих правил етикету);
- маніпулятивний (спілкування людей з метою досягнення своїх цілей, часто з використанням при цьому інших);
- гуманістичний (спілкування з повагою один до одного, з намаганням водночас розв'язувати проблеми та врахувати інтереси кожного).

Етика ділового спілкування базується на правилах і нормах поведінки партнерів, які сприяють розвитку співпраці.

Моральні норми та принципи – це певні вимоги та заборони, що регулюють діяльність, поведінку людей, їхню взаємодію та спілкування.

Ці норми та принципи, встановлені людьми в суспільстві на певному етапі його розвитку, є взірцем поведінки та обов'язкові для виконання.

Етика ділових відносин – це система знань про моральні аспекти ділових відносин, що визначає систему моральних цінностей, критеріїв і параметрів відносин між керівником і співробітниками, а також відносин в організації загалом. Сукупність формальних і неформальних норм становить предмет етики ділових відносин.

? Питання для самоконтролю

1. Окресліть предмет ділового спілкування у спортіндустрії як галузі гуманітарного знання.
2. Охарактеризуйте зв'язок ділового спілкування з іншими науками.
3. Обґрунтуйте значення спілкування в житті людини.
4. Поясніть, у чому полягає багатоаспектність поняття «спілкування» у спортіндустрії.
5. Які предметні області включає ділове спілкування?
6. Назвіть та охарактеризуйте функції спілкування.
7. Наведіть класифікації спілкування.
8. Перелічіть ознаки ділового спілкування.
9. Розкрийте особливості ділового спілкування.
10. У чому полягає специфіка ділового спілкування?

Тести

1. Спілкування – це:

- а) процес взаємодії між людьми, в ході якого виникають, виявляються і формуються міжособистісні відносини;

б) взаємодія двох або більше людей, спрямована на узгодження та об'єднання зусиль із метою налагодження взаємин і досягнення загального результату;

в) різні форми та засоби обміну й передачі інформації, завдяки яким стають можливими збагачення досвіду, накопичення знань, оволодіння діяльністю, узгодження дій та взаєморозуміння людей.

2. Професійне спілкування – це особливий вид спілкування, який реалізується:

а) у спільній професійно-предметній діяльності людей, зміст якої визначається предметом спілкування, формально-рольовим принципом спілкування;

б) у встановленні та підтриманні ділових контактів, спільної виробленої єдиної стратегії, сприйнятті та розумінні партнера;

в) у створенні комфортної та сприятливої ділової атмосфери для досягнення взаємовигідних цілей суб'єктів ділового спілкування.

3. У професійне спілкування вступають з метою:

а) познайомитись;

б) краще пізнати один одного;

в) досягти максимальної ефективності професійних контактів;

г) висловити співрозмовнику все, що ви про нього думаєте;

д) домовитися про взаємодію.

4. Які предметні області включає в себе ділове спілкування?

а) психологічну;

б) ціннісну;

в) організаційно-технічну;

г) усі відповіді правильні.

5. Укажіть особливості ділового спілкування:

а) взаємоузгодженість рішень, домовленість та подальша організація взаємодії партнерів;

б) значущість кожного партнера як особистості;

в) стратегічна лінія і тактика;

г) укладення контрактів, договорів, угод або встановлення інших відносин між підприємствами, фірмами, організаціями.

6. Структура спілкування включає в себе:

а) перцептивну, комунікативну, інтерактивну сторони;

б) бесіди, наради, переговори, збори;

в) підготовчий, виконавчий, підсумковий етапи;

г) зір, слух, мову, запах, присмак, доторкання.