

Тема 3. Комунікативна сторона ділового спілкування у спорті

Мета: засвоїти сутність, характерні особливості та етапи комунікаційного процесу; детально розглянути модель вербального комунікативного процесу; ознайомитися з невербальними засобами ділового спілкування, характеристикою комунікацій у міжособистісному спілкуванні суб'єктів спортивної діяльності.

План

1. Ділове спілкування як комунікація.
2. Комунікаційний процес: етапи та їх специфіка. Модель вербального комунікативного процесу.
3. Невербальні засоби ділового спілкування.

Ключові терміни та поняття: *комунікація; дії, невербальні засоби спілкування (кінесика, такесика, проксемика, ольфакторні, паралінгвістичні, екстралінгвістичні), комунікатор, реципієнт, інформативна комунікація, афективно-оцінна комунікація, рекреативна комунікація, переконуюча комунікація, етапи спілкування.*

1. Ділове спілкування як комунікація

Ділове спілкування як комунікація передбачає обмін інформацією, наявність у ділових партнерів єдиної чи подібної системи кодифікації (знакового чи образного оформлення) та декодифікації (розкриття суті) сигналів та інформаційних повідомлень, що передаються один одному.

Комунікація – процес двостороннього обміну інформацією суб'єктів спортивної діяльності, що веде до взаємного розуміння.

Комунікація у перекладі з латинської мови означає «загальне, що розділяється з усіма». Якщо взаєморозуміння не досягнуто, то комунікація вважається такою, що не відбулася. Щоб переконатися в успіху комунікації, необхідно мати зворотний зв'язок про те, як вас зрозуміли, як вас сприйняли, як ставляться до озвученої вами проблеми.

Комунікація являє собою соціально обумовлений процес передачі інформації та обміну думками, почуттями між людьми в різних сферах пізнавально-трудової та творчої діяльності. Це акт і процес встановлення контактів між суб'єктами взаємодії за допомогою вироблення загального змісту переданої та сприйнятої інформації. У психології цей термін використовується значно ширше – не тільки як передача інформації, а ще й особливості поведінки людей у цьому процесі.

Комунікація в міжособистісному спілкуванні не тотожна лише обміну інформацією, оскільки:

- між людьми виникають певні міжособистісні відносини;
- ці відносини мінливі;
- «думка не дорівнює прямому значенню слова».

Характеристики комунікації в міжособистісному спілкуванні суб'єктів спортивної діяльності визначаються низкою особливостей, зокрема, взаєминами, що склалися.

Члени будь-якої групи, команди, що виконують завдання спільної діяльності, пов'язані між собою двома видами відносин: статусно-рольовими (діловими, офіційними, відносинами відповідальної залежності) та міжособистісними (емоційними, неофіційними, позадіяльними).

Перший вид відносин ґрунтується на необхідному розподілі функцій у команді та пов'язаний із внеском кожного члени групи у вирішення групового завдання, його підготовленістю та можливостями успішного виконання спільної діяльності.

За кожним спортсменом у команді закріплений той чи інший статус. Зазвичай найвищий статус у команді мають провідні гравці, найсильніші спортсмени, а найнижчий – молоді чи нові члени команди, запасні гравці, які поки що нічим себе не проявили.

Другий вид відносин відображає безпосередні емоційні зв'язки в команді (симпатії, байдужість або ворожість), які неминуче виникають у будь-якій групі як результат взаємних оцінок та співцінок людських якостей, поведінки та вчинків партнерів, найчастіше поза їхньою професійною, спортивною діяльністю.

Варто розуміти, що розподіл відносин на ділові та емоційні носить умовний характер. Насправді дружні чи неприязні відносини формуються саме під час спільної діяльності залежно від того, наскільки успішно чи не успішно вирішується загальногрупове завдання.

Окрім того, через високу значущість у спорті високих досягнень спільної діяльності ділові відносини спортсменів завжди пов'язані з інтенсивними емоційними проявами та активним формуванням особистісного ставлення до партнерів.

Дії, метою яких є смислове сприйняття, називаються **комунікативними**. Кожна з них являє собою завершену операцію смислової взаємодії без зміни учасників комунікації.

У **комунікативному процесі** відбувається не просто рух інформації, а активний обмін нею, при якому особливу роль відіграє значущість того чи іншого повідомлення.

Як цілісну **комунікативну одиницю** спілкування можна розглядати тільки відносно закінчений акт обміну думками в нескінченному процесі пізнавальної діяльності людини.

Акт спілкування або **комунікаційний процес** включає компоненти, обов'язкові для будь-якої комунікації:

- джерело інформації (відправник, **комунікатор**), що створює і відправляє повідомлення (людина, соціальна група);
- передавач (мозок, мовні органи), що перетворює, кодує повідомлення в сигнали, придатні для передачі (знаки мови, жести, міміку);
- канали зв'язку, здатні проводити сигнали;
- приймач, який сприймає і відтворює сигнал, що декодує прийняте

повідомлення (органи сприйняття, мозок);

- адресат або одержувач інформації (**реципієнт**);
- відгук (набір реакцій одержувача після одержання повідомлення);
- зворотний зв'язок (частина відгуку одержувача, що передається назад відправнику);
- шум (незапланована статика або перекручування, що з'являються під час комунікаційного процесу і призводять до одержання іншого повідомлення ніж те, яке було відправлено).

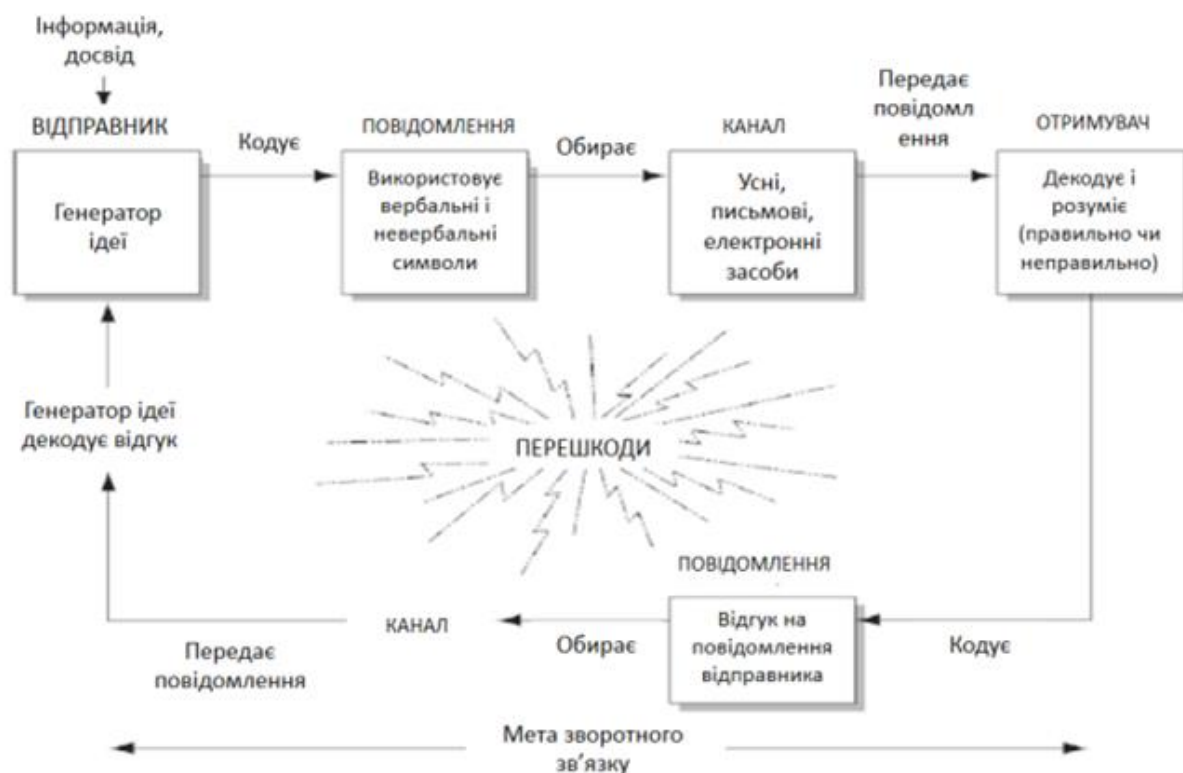


Рисунок 9 – Комунікаційний процес як система, що включає зворотний зв'язок і перешкоди

Ділове, у тому числі і професійне спілкування починається з того, що перед суб'єктом діяльності виникає певне функціональне завдання, яке йому необхідно вирішити, тобто індивід опиняється у проблемній ситуації, з якої повинен знайти вихід. Для цього він спочатку здійснює *орієнтування* в даній проблемній ситуації, розглядаючи варіанти можливого виходу. Залежно від результатів орієнтування формується певний *комунікативний намір*.

Отже, спілкування у психологічному контексті завжди є процесом вирішення *комунікативного завдання*. Орієнтування в умовах комунікативного завдання включає орієнтування в зовнішній ситуації спілкування, в його цілях, в особистості співрозмовника тощо.

Іноді, коли індивід потрапляє в нову, незвичну для нього ситуацію або спілкується з малознайомим співрозмовником, що цілком притаманно діяльності в спортіндустрії, йому доводиться здійснювати орієнтування не тільки до початку спілкування, але й під час нього, уважно стежити за

реакцією співрозмовника і обирати на ходу найбільш ефективні засоби.

Здійснивши орієнтування, індивід планує своє спілкування, уявляючи (як правило, несвідомо), що саме треба сказати. Надалі він обирає конкретні засоби, насамперед мовні, які будуть використані, тобто приймає рішення, як говорити. І тільки після цього здійснює саме повідомлення. Крім того, мовець має контролювати ефективність спілкування, важливо встановити зворотний зв'язок, який сигналізує про те, що обрані зміст і засоби спілкування досягли своєї мети.

Комунікації можна класифікувати за різними ознаками. За основу класифікації можна виділити цілі, наміри та мотиви учасників комунікації як єдиний критерій та виокремити такі її види:

1. **Інформативна комунікація** – процес передачі інформації про світ, у якому живуть комунікатор і реципієнт.

2. **Афективно-оцінна комунікація** пов'язана з процесом засвоєння індивідом певної системи знань, норм і цінностей, що дозволяють йому функціонувати як повноправному члену суспільства.

3. **Рекреативна комунікація** (від лат. *recreatio* – відновлення) включає творчу, розважальну, відволікаючу, гумористичну та іншу інформацію, що допомагає розслабитися, відпочити, перенестися уявою, помріяти, пофантазувати. Це сприяє відпочинку, відновленню сил людини, що були витрачені у процесі праці.

4. **Переконуюча комунікація** виражається у наказі, пораді, проханні та розрахована на те, щоб стимулювати виконання певної дії. У процесі цієї комунікації люди намагаються вплинути на переконання або дії інших індивідів.

Залежно від мови повідомлення комунікацію можна розподілити на **вербальну**, коли як знакова система використовується мова, і **невербальну**, в разі використання невербальних знакових систем (*екстралінгвістики* – використання у мові пауз, покашлювання, сміху, плачу, позіхань; *паралінгвістики* – характеристик голосу: темпу, тембру, висоти, гучності, наголосів, акцентів; *кінесики* – жестів, міміки, пантоміміки; *контакту очей* – спрямованості руху, частоти контакту, його тривалості; *проксемики* – використання міжособистісного простору (дистанції, взаєморозміщення під час спілкування), *часових характеристик спілкування* – час спілкування, запізнення тощо).

Таким чином, для повноцінного спілкування індивід має володіти цілим комплексом **умінь**:

- швидко й правильно орієнтуватися в умовах спілкування;
- правильно планувати своє мовлення, обирати зміст акту спілкування;
- знаходити адекватні засоби для передачі цього змісту;
- забезпечувати зворотний зв'язок тощо.

2. Комунікаційний процес: етапи та їх специфіка. Модель вербального комунікативного процесу

Модель вербального комунікативного процесу суб'єктів спортивної діяльності включає 5 елементів:

- ❖ Хто? (Передає повідомлення) – комунікатор;
- ❖ ЩО? (Передається) – повідомлення (текст);
- ❖ ЯК? (Здійснюється передача) – канал;
- ❖ КОМУ? (Адресується повідомлення) – аудиторія;
- ❖ З ЯКИМ ЕФЕКТОМ? – Ефективність.

Одиницею спілкування є цілісний комунікативний акт (М. І. Лисіна), оформлений у зверненні чи відповіді на нього, що має закінчений зміст.

Отже, найменшим елементом аналізу спілкування буде зміст, значення інформації, що передається в окремому обігу.

Можна також проаналізувати власні контакти спортсменів і тренера, з'ясувати, наскільки часто і чи з усіма членами команди вони спілкуються на тренуваннях та змаганнях, а також у ситуаціях вільного спілкування.

Спостереження показують, що і недостатнє, і надмірне спілкування зі спортсменами часто стають причиною формування несприятливих стосунків у команді, підвищеної напруженості спортсменів та самого тренера.

Етапи спілкування суб'єктів спортивної діяльності.

У виникненні та реалізації спілкування суб'єктів спортивної діяльності виокремлюють низку етапів:

1. *Потреба у спілкуванні* (необхідно повідомити чи дізнатися інформацію, вплинути на співрозмовника тощо) спонукає спортсмена, тренера вступити у контакт з іншою людиною.

Щоб спілкування у зв'язках «спортсмен – спортсмен», «спортсмен – тренер», «тренер – психолог» тощо, було ефективним, передусім, необхідно створити чи актуалізувати потребу в цьому самому спілкуванні.

Можна застосовувати різні техніки, тактики й засоби спілкування, нести справді важливу та потрібну інформацію, проте доти, доки у всіх учасників взаємодії не виникне потреба у спілкуванні, воно приречене на провал.

2. Визначення мети та ситуації спілкування.

Про важливість правильної постановки цілей спілкування вже наголошувалося раніше. А ось ситуація спілкування поки залишалася поза увагою, тоді як саме від неї безпосередньо залежить стиль, зміст і вибір засобів спілкування.

Очевидно, що спілкування у ході навчально-тренувального процесу якісно, а точніше, змістовно відрізняється від такого, що здійснюється під час змагання. В останньому випадку суб'єкти спортивної діяльності просто не мають часу на довгі бесіди. Все має бути чітко вивірено, а головне – швидко та ефективно.

Багато спортсменів відзначають, що іноді одне слово тренера або авторитетного партнера по команді стає вирішальним для ефективного налаштування на важливу дію. Для характеристики ситуації спілкування при стандартних взаємодіях партнерів, важливо враховувати як зовнішні параметри умов, у яких здійснюється діяльність, так і внутрішні чинники, що

в сукупності формують власне психологічний контекст міжособистісної комунікації.

Для цього необхідно отримати відповіді на такі питання:

- 1) Наскільки тісно за функціями, що виконуються, пов'язані партнери?
- 2) Наскільки рівень їх техніко-тактичної, фізичної підготовленості відповідає складності розв'язуваних завдань та сприяє їх взаємодії?
- 3) Який стаж їхньої спільної спортивної діяльності та наскільки добре вони знають особливості один одного?
- 4) Наскільки їх уявлення про шляхи вирішення різних рухових завдань збігаються чи не збігаються?
- 5) Якими є статусно-рольові відносини партнерів, що взаємодіють?

3. Орієнтування на особистість співрозмовника.

Як уже зазначалося, виокремлюють соціально та особистісно-орієнтоване спілкування, кожне з яких має свої особливості.

Індивідуальний підхід необхідний у всьому, у тому числі і під час організації спілкування суб'єктів спортивної діяльності. Те, що прийнятно для одного спортсмена, зовсім неприпустимо для іншого. Це може залежати від стажу спортивної діяльності, статі, віку, статусно-рольових та індивідуально-психологічних, типологічних, характерологічних особливостей.

4. Планування змісту свого спілкування.

Як правило, тренер / спортсмен уявляє собі, що саме він скаже. Несвідомо (іноді свідомо) людина обирає конкретні засоби, мовні фрази, якими користуватиметься, вирішує, що саме і як говорити, як поводитися. Від спланованості змісту спілкування, шляхів, засобів і способів подачі інформації багато в чому залежить ефективність комунікаційного процесу.

5. Сприйняття та оцінка відповідної реакції співрозмовника, контроль ефективності спілкування на основі встановлення зворотного зв'язку. Розробка прийомів встановлення зворотного зв'язку – одна з центральних проблем психології спілкування. У процесі професійної діяльності тренери високої кваліфікації разом із психологами напружують для цього свої методи. Однак це відбувається далеко не завжди. Тут певне значення має і стиль керівництва, і індивідуально-психологічні особливості тих, хто спілкується.

Суб'єкт спортивної діяльності (тренер, психолог, лідер команди тощо) у ході повідомлення певної інформації звичайно впевнений у її правильності та незаперечності. При цьому часто забуває з'ясувати, наскільки ця інформація була сприйнята точно, а головне, прийнята партнерами зі спілкування.

6. Коригування напряду, стилю, методів спілкування. У разі, якщо суб'єкти спортивної діяльності в процесі організації спілкування приділяють достатньо уваги отриманню зворотного зв'язку, вони мають можливість швидко скоригувати зміст або способи подачі інформації у разі їх неправильного розуміння чи неприйняття. Якщо якась із ланок акту спілкування порушена, то мовцю не вдасться досягти очікуваних результатів спілкування – воно виявиться неефективним. Ці вміння називаються соціальним інтелектом, практично-

психологічним розумом, комунікативною компетентністю, комунікабельністю.

3. Невербальні засоби ділового спілкування

Невербальне спілкування – вид спілкування, для якого характерне використання безсловесних засобів передачі інформації.

За допомогою невербальних засобів комунікації можна передавати величезний обсяг інформації. Зокрема, це може прямо залежати від особистості комунікатора: його емоційного стану, темпераменту, особистісних якостей і властивостей, соціального статусу, комунікативної компетентності, а також самооцінки.

Основне значення невербальної комунікації полягає в отриманні широкого спектра інформації про людину (рис. 10).

Подібну інформацію ми можемо отримати через жести, міміку та інтонації, оскільки вони здатні відтворити та інтерпретувати душевний та емоційний стан людини, її хвилювання, наміри.



Рисунок 10 – Значення невербальної комунікації

Особливості невербальної комунікації полягають в їх залежності від ситуації, оскільки дозволяють отримати уявлення про стан всіх учасників комунікації в реальному часі.

Однак неможливо отримати інформацію про предмети або осіб, які відсутні в цей момент або зовсім не існують. Невербальна комунікація спонтанна і мимовільна. Вона практично не піддається контролю, тому так

просто встановити істину при вербальному спілкуванні.

Виділяють такі групи засобів невербального спілкування:

- кінетика (жестикуляція, міміка, пантоміміка, візуальний контакт, напрям погляду, почервоніння та збліднення шкіри тощо);
- паралінгвістичні (інтенсивність, тембр, діапазон голосу, інтонація, тощо);
- екстралінгвістичні (паузи, темп мовлення, зв'язність мовлення, сміх, покашлювання, зітхання, заїкання тощо);
- проксемічні (фізична дистанція контакту, персональний простір, кут повороту до співрозмовника тощо);
- ольфакторні (природний запах людини, штучні запахи людини, запахи навколишнього середовища тощо);
- тактильні, або такесика (рукостискання, обійми, поцілунки, поплескування, поштовхи, прогладжування, доторкання тощо).

? Питання для самоконтролю

1. Розкрийте сутність поняття «комунікація суб'єктів спортивної діяльності». Поясніть, у чому полягає відмінність між комунікацією та спілкуванням.
2. Що таке інформативна комунікація?
3. Із чим пов'язана афективно-оцінна комунікація?
4. Що включає в себе рекреативна комунікація?
5. У чому полягає особливість переконувальної комунікації?
6. Охарактеризуйте комунікаційний процес. Назвіть його етапи та розкрийте їх специфіку.
7. Назвіть елементи моделі вербального комунікативного процесу суб'єктів спортивної діяльності.
8. Охарактеризуйте етапи спілкування суб'єктів спортивної діяльності.
9. Поясніть, чому жести та міміка мають узгоджуватися з вербальними засоби під час спілкування.
10. Поміркуйте, від чого залежить вибір тієї чи іншої стратегії спілкування у спорті.

Тести

1. Вербальні комунікації здійснюються за допомогою:

- а) жестів;
- б) інформаційних технологій;
- в) певного темпу мовлення;
- г) усного мовлення.

2. Оберіть три засоби, що належать до невербального спілкування:

- а) лінгвістичні;
- б) оптико-кінетичні;
- в) екстралінгвістичні;

- г) паралінгвістичні;
- д) фонетичні;
- є) проксеміка;
- ж) кінесика.

3. *Комунікація за допомогою усного та письмового мовлення – це:*

- а) жестова комунікація;
- б) вербальна комунікація;
- в) невербальна комунікація;
- г) мімічна комунікація;
- д) рукостискання.

4. *Кінесика – це система комунікації, яка включає:*

- а) гучність і тембр голосу;
- б) плач і сміх;
- в) поплескування;
- г) рухи тіла;
- д) рукостискання.

5. *До невербальних засобів належать:*

- а) рухи тіла;
- б) жести;
- в) міміка;
- г) такесика;
- д) усі відповіді правильні.

6. *Міміка і жести, на вашу думку, – це:*

- а) спонтанне вираження душевного стану людини в певний момент;
- б) доповнення до мови;
- в) підступний прояв нашої підсвідомості.

7. *Візуальний контакт здійснюється за допомогою:*

- а) мови;
- б) міміки;
- в) жести;
- г) погляду.