**Поняття спілкування є надзвичайно широким і включає в себе різні аспекти.**

Спілкування є важливою духовною потребою особистості як суспільної істоти. Потреба людини у спілкуванні зумовлена суспільним способом її буття та необхідністю взаємодії у процесі діяльності. Будь-яка спільна діяльність, і в першу чергу трудова, не може здійснюватись успішно, якщо між тими, хто її виконує, не будуть налагодженівідповідні контакти та взаєморозуміння.

Поняття «**спілкування»** у психології вживається у таких значеннях:

* як один із різновидів самостійної людської діяльності *(Б.Г.Ананьєв, І.С.Кон, О.О.Леонтьєв)*;
* як атрибут інших видів людської діяльності *(О.О.Леонтьєв, В.М.Панферов)*;
* як обмін думками, почуттями та переживаннями (*Л.С.Виготський, С.Л.Рубінштейн);*
* як специфічна соціальна форма інформаційного зв’язку *(А.Д.Урсул, Л.О.Резников);*
* як специфічна форма взаємодії суб’єктів *(М.С.Каган)*;
* як специфічна форма задоволення потреби людини в іншій людині, у живому контакті, тобто як самомотивований процес *(Б.Ф.Ломов, В.В.Знаков, А.О.Реан)* та ін.

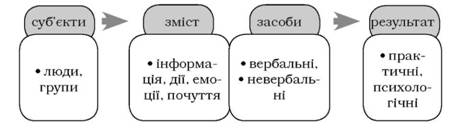
Спілкування — явище глибоко соціальне. Соціальна природа спілкування виражається в тому, що воно завжди відбувається в середовищі людей, де суб’єкти спілкування завжди постають як носії соціального досвіду. Соціальний досвід спілкування виявляється у змісті інформації, що є його предметом (знання, відомості, способи діяльності), у засобах (мовна та немовна комунікація при спілкуванні), у суспільно вироблених у процесі історичного розвитку різновидах спілкування. За змістом спілкування охоплює всі царини людського буття та діяльності, об’єктивні та суб’єктивні їх прояви. Спілкування між людьми відбувається при передаванні знань, досвіду, коли формуються різні вміння та навички, погоджуються та координуються спільні дії тощо. Отже, спілкування — це різноманітні контакти між людьми, зумовлені потребами спільної діяльності.

**СПІЛКУВАННЯ – це процес передавання й сприймання повідомлень за допомогою вербальних і невербальних засобів, що охоплює обмін інформацією між учасниками спілкування, її сприйняття і пізнання, а також їхній вплив один на одного і взаємодією щодо досягнення змін у діяльності.**

**Мета спілкування**

Мета спілкування – це те, заради чого у людини виникає даний вид активності. У тварин метою спілкування може бути спонукання іншої живої істоти до певних дій, попередження про те, що необхідно стриматися від якої-небудь дії. Мати, наприклад, голосом або рухом попереджує дитинча про небезпеку; одні тварини у стаді можуть попереджувати інших про те, що ними сприйняті життєво важливі сигнали. У людини кількість цілей спілкування збільшується. У неї, крім перерахованих вище, включається передача й отримання знань про світ, навчання і виховання, узгодження розумних дій людей в їх спільній діяльності, встановлення і прояснення особистих і ділових взаємовідносин, багато що інше. Якщо у тварин цілі спілкування звичайно не вийдуть за рамки задоволення актуальних для них біологічних потреб, то у людини вони – це засіб задоволення багатьох різноманітних потреб: соціальних, культурних, пізнавальних, творчих, естетичних, потреб інтелектуального зростання, етичного розвитку і ряду інших.

Структура спілкування



*Рис. 3.4.1. Структура спілкування*

**Суб'єктами**спілкування є люди (не менш, ніж двоє) чи групи людей, які беруть участь у процесі взаємодії, **зміст**- наповненість спілкування - інформація, дії, емоції чи почуття, засоби - механізми передачі змісту - *вербальні* (слова) і *невербальні* (жести, міміка, пантоміміка, паузи, речі, одяг), результати - *практичні* - обмін інформацією, речами, виконання справи, психологічні - осмислення інформації, налагодження стосунків, переживання

**Вербальне (словесне**) спілкування є одним із основних засобів людського спілкування, яквідбувається за допомогою мови (усної чи письмової). ǰолодіючи мовою, люди обмінюються думками, розуміють одне одного і взаємодіють. **Невербальне спілкування** відбувається мимовільно, за допомогою міміки, жестів, поз, інтонації. ǻевербальні засоби передавання інформації людина засвоює раніше, ніж вербальні. ǽрикладом може бути спілкування з немовлям, коли воно реагує на жести, вираз обличчя, інтонацію дорослих. ǲля розуміння невербальних засобів спілкування необхідне спеціальне навчання.

**Корисно мати на увазі вісім функцій (цілей) спілкування:**

1) контактна мета – встановлення контакту як стану двосторонньої готовності до прийому і передачі повідомлення і підтримки взаємозв ’ язку у формі постійної взаємоорієнтованості;

2) інформаційний обмін повідомленнями – тобто прийом передача яких-небудь відомостей у відповідь на запит, а також обмін думками, задумами, рішеннями тощо;

3) спонукальна стимуляція активності партнера по спілкуванню, що направляє його на виконання тих або інших дій;

4) координаційна – взаємне орієнтування й узгодження дій при організації спільної діяльності; 5) розуміння – не тільки адекватне сприйняття значення повідомлення, але розуміння партнерами один одного (їх намірів, установок, переживань, станів тощо);

6) емотивне збудження в партнерові потрібних емоційних переживань (“обмін емоціями”), а також зміна за його допомогою власних переживань і станів;

7) встановлення відносин – усвідомлення і форсування свого місця в системі рольових, статусних, ділових, міжособистісних і інших зв’язків співтовариства, в якому має діяти індивід;

8) надання впливу – зміна стану, поведінки, особистіснозмістовних утворень партнера, в тому числі його намірів, установок, думок, рішень, уявлень, потреб, дій, активності тощо.

**Охарактеризуємо структуру спілкування шляхом виділення в ній трьох сторін.**

**Комунікативна сторон**а спілкування, або комунікація у вузькому значенні слова, полягає в обміні інформацією між індивідами, що спілкуються.

**Інтерактивна сторона** полягає в організації взаємодії між індивідами, які спілкуються, тобто в обміні не тільки знаннями, ідеями, але і діями.

**Перцептивна сторона** спілкування означає процес сприйняття і пізнання один одного партнерами по спілкуванню і встановлення на цій основі взаєморозуміння. Звичайно, кожна з цих сторін не існує ізольовано від двох інших, і виділення їх здійснене лише з метою аналізу. Всі позначені тут сторони спілкування виділяються в малих групахколективах, тобто в умовах безпосереднього контакту між людьми.

**Структура та функції спілкування**.

Спілкування – це багатоплановий процес, в якому можна виокремити такі основні функції:

- **Інформаційно-комунікативна функція** спілкування охоплює все, що має відношення до передачі та прийому інформації людиною. Йдеться не лише про готову інформацію, а також і про інформацію, яка створюється.

- **Регулятивно-комунікативна функція** спілкування забезпечує не лише пізнання, а й регуляцію поведінки суб’єктів спілкування. З цією функцією пов’язані і способи впливу людей одне на одного: переконання, навіювання, наслідування, зараження тощо.

- **Афективно-комунікативна функція** спілкування відноситься до емоційної сфери особистості, визначає її ставлення до явищ навколишнього світу.

**Структура спілкування включає взаємопов’язані сторони**: комунікативну, інтерактивну, перцептивну. **Комунікативна сторона** спілкування пов’язана із виявленням специфіки обміну інформацією між людьми як активними суб’єктами спілкування. Засобами комунікативного процесу є різні знакові системи: мова (вербальне спілкування) та жести, міміка, інтонації (невербальне спілкування).

**Інтерактивна сторона спілкування**: організація суб’єктами спілкування спільної стратегії взаємодії. Розрізняють різні програми взаємодії між людьми (від співробітництва до конкуренції). Цей же бік спілкування містить у собі таку значущу змінну, як визначення між партнерами статусу у спілкуванні.

**Перцептивна сторона спілкування** містить у собі процес взаємного сприймання і розуміння співрозмовниками один одного. Перцепція, перш за все, процес формування образу іншої людини в свідомості співрозмовника. Це досягається за рахунок «прочитання» по зовнішності партнера його психологічних рис та можливих особливостей його поведінки. Основними механізмами пізнання іншої людини є ідентифікація (ототожнення) та рефлексія (усвідомлення того, як сприймають суб’єкта спілкування інші люди).

## Види спілкування: альтернативні підходи

Залежно від ознак, що є основою для класифікації, спілкування має ряд різновидів.



*Рис. 3.4.2. Класифікації видів спілкування*

Так, міжособистісне спілкування передбачає спілкування всіх суб'єктів спілкування - окремих людей; *особистісно-групове-* спілкування одного суб'єкта, яким постає окрема особистість, з іншим - групою людей; між групове - спілкування груп людей.

*Безпосереднє спілкування* - коли суб'єкти спілкуються віч-на-віч; *опосередковане* - особи використовують певні допоміжні об'єкти - телефон, Інтернет, листи, інших людей.

*Короткочасне спілкування,* коли один акт спілкування триває не більше двох годин; довготривале - тривалість одного акту спілкування складає більше двох годин.

При гармонійному спілкуванні відсутні гострі конфлікти, а суперечки конструктивно долаються; під час *конфліктного*-наявні гострі чи хронічні конфлікти у взаєминах.

*Завершене спілкування* характеризується тим, що всі суб'єкти спілкування досягнули поставленої мети; незавершене - відзначається тим, що хоча б один суб'єкт чи всі не досягли поставленої перед спілкуванням мети.

4. Офіційне і неофіційне спілкування. Офіційне (формальне) спілкування регламентується певними офіційними соціальними, посадовими стосунками, кодексами. Неофіційні (побутові, сімейні, товариські) стосунки не мають таких чітких приписів і здійснюються на більш вільних засадах.

5. Вербальне і невербальне спілкування. Вербальне - спілкування за допомогою мови і мовлення. Одна з найважливіших проблем цього типу спілкування - розуміння. Розуміння сенсу і значень слів залежить від розуміння понять, від обізнаності досвіду, спрямованості, ціннісних орієнтацій партнерів.

За допомогою слів люди програмують свою поведінку і поведінку інших. Варто пам'ятати, що слова-"агресори" (претензія, дурниця і т.п.) практично завжди сприймаються негативно і викликають зворотню агресію партнера.

Вербальне спілкування може бути безпосереднім і опосередкованим, усним і письмовим. У безпосередньому усному вербальному спілкуванні важливу роль відіграє інтонація, за допомогою якої партнери виділяють ключові слова, підкреслюють сенс фрази. Люди довіряють більш інтонації, ніж об'єктивному мовному виразу. Інтонація також використовується для вираження емоцій.

Усне вербальне спілкування може опосередковуватися телефоном. При телефонних розмовах партнери позбавлені можливості спостерігати за мімікою, пантомімікою, зовнішнім виглядом партнера, обстановкою.

Письмове вербальне спілкування (листи, книги, плакати, газети, тексти на екрані комп'ютера) залишає в розпорядженні партнерів лише слова і граматичні правила і форми.  
Невербальне спілкування полягає в передачі і одержуванні інформації за допомогою міміки, пантоміміки, різного роду сигналів і символів.

Велике значення в невербальному спілкуванні має мова погляду (тривалість погляду, тип погляду, розмір зрачка, якість, зміст погляду). Погляд передає не лише емоції, а також і змістовну інформацію.

У невербальній комунікації люди послуговуються жестами. Жестикулюють намірено і спонтанно. Кількість, активність жестів і їх значення залежать від національних, групових, сімейних традицій, темпераменту і характеру людини. Детальний опис мови жестів можна знайти в роботах Арджайла, А.Піза, Горелова і Єнгаличева та ін.

У спілкуванні інформацію несе навіть простір: відстань між партнерами, місце в кімнаті, в будинку, яке займає (чи прагне зайняти) та чи інша людина. Закономірності "суб'єктивного простору особистості" слід враховувати і в розташуванні меблів в організації, і в розміщенні учасників наради, бесіди, гостей за столом на офіційному обіді тощо.

У невербальному спілкуванні важливим засобом передачі інформації є символи і сигнали. Так, вдало вибрана емблема НДО слугує її популярності. Для демонстрації і легкого впізнавання певних ролей використовують форму. Сигнальне значеня має одяг. Ним люди демонструють не лише свій смак і достаток, але і ставлення до інших людей, належність до певних соціальних груп. Одягом люди також виявляють своє ставлення до різних подій: один одяг вдягають на свято, інший — на роботу, на офіційні і неофіційні зустрічі тощо. В одному одязі йдуть до шлюбу, іншим показують жалобу. Інколи одяг стає засобом привернути до себе увагу, або навпаки, дає змогу "злитися" з групою, замаскуватися.

**Стилі спілкування**



Авторитарне спілкування. Це влада одного в процесі спілкування. Одноосібне ухвалення рішення, накази, вказівки. Люди, що сповідують авторитарний стиль взаємодії, мають догматичне мислення, за якого тільки одна думка (переважно керівника) правильна, а всі інші помилкові. Ініціатива інших людей не заохочується.

Демократичне спілкування. Для нього властиве колегіальне прийняття рішень, заохочення активності учасників комунікативного процесу, поінформованість усіх про вирішувану проблему, способи виконання завдань, досягнення цілей. Врахування інтересів, потреб, бажань учасників комунікативного процесу.

Ліберальне спілкування. Ліберал, або поступливий, у спілкуванні "пливе за течією", часто вдається до вмовляння співрозмовника, малоінініціативний у спілкуванні.

**Психологічні основи спілкування.**

Спілкування – одна з основних сфер людського життя, яка має різноманітні види і форми. Спілкування може бути опосередкованим і безпосереднім, діалогічним і монологічним, конфліктним і дружнім. Спілкування передбачає обмін думками, досвідом, почуттями, переживаннями, взаємодію між людьми та передачу інформації. З одного боку, значення психологічної спільності в групі (взаємна прихильність, єдність, тривалість взаємодії) полегшує спілкування, а з іншого, - може привести до психологічного вакууму, тобто виникає ситуація, коли майже все сказано, обговорено і немає бажання спілкуватись одне з одним. Загальна тенденція розвитку суспільства в сучасних умовах спрямовує його до психологізації. Зростає інтенсивність інформаційного обміну та рівень його психологічного забезпечення. Як для професіоналів соціальної групи професій типу «людина – людина», так і для фахівців в інших галузях професійної діяльності, однією з головних умов досягнення високого рівня професіоналізму є компетентність у спілкуванні, знання закономірностей функцій, видів форм, рівнів та способів впливу на особистість та соціальну групу. Головне в успіху контактів при спілкуванні – це сприйняття партнерами один одного. **Соціальна перцепція** – сприймання та пізнання соціальних об’єктів, до яких належать особистості, групи, великі соціальні спільності. У зміст поняття «соціальна перцепція» включають сприймання не тільки фізичних властивостей соціального суб’єкта, а і його внутрішніх характеристик: намірів, думок, здібностей, емоцій.

**Механізми міжособистісного сприйняття:**

- ідентифікація – це спосіб розуміння іншої людини через усвідомлене чи несвідоме уподібнення її характеристикам самого суб’єкта;

- рефлексія – це усвідомлення суб’єктом того, як він сам сприймається партнером зі спілкування; - стереотипізація – класифікація форм поведінки й інтерпретація їх причин через співвіднесення із зразками, що відповідають соціальним стереотипам.

- емпатія – співпереживання, розуміння почуттів іншої людини і відповідний вияв свого розуміння. Заважає взаєморозумінню егоцентризм – зосередженість індивіда тільки на власних інтересах та переживаннях і, як наслідок, нездатність розуміти іншу людину. Точність і адекватність сприймання людини людиною є необхідною умовою ефективності спільної діяльності.

**Помилки сприйняття при спілкуванні:**

фактор «переваги» (при зустрічі з людиною, яка перевершує нас за якимось параметром, ми оцінюємо її дещо більш позитивно, ніж було б, якби вона була нам рівною. Якщо ж ми спілкуємося з людиною, яку у чомусь перевершуємо, то ми недооцінюємо її. Джерела інформації: а) одяг, зовнішній вигляд, нагороди, коштовності, авто, інтер’єр кабінету тощо; б) манера поведінки людини; 2) фактор «привабливості» (певні якості, переоцінюються чи недооцінюються іншими людьми). Якщо людина нам подобається, ми одночасно схильні вважати її більш розумною, гарною, переоцінювати; 3) фактор «відношення до нас» (люди, які добре до нас відносяться, оцінюються вище тих, котрі до нас погано відносяться); 4) ефект «ореола» (привабливі ззовні люди оцінюються позитивно, непривабливі – негативно).

При передаванні інформації існує два напрями психологічної взаємодії партнерів: - пов'язаний із сприйняттям і розумінням змісту повідомлень (з більшою довірою сприймають повідомлення від людини з привабливим зовнішнім виглядом); - пов'язаний із сприйняттям і розумінням особистості партнера.

**До видів психологічного впливу передусім належать:** переконання, зараження, навіювання, наслідування. **Переконання** - метод свідомого та організованого впливу на психіку індивіда через звернення до його критичного судження. Як спосіб психологічного впливу, переконання спрямоване на зняття своєрідних фільтрів на шляху інформації до свідомості і почуттів людини. Його використовують для перетворення інформації, котра повідомляється, на систему установок і принципів індивіда. **Зараження** - психологічний вплив на особистість у процесі, спілкування і взаємодії, який передає певні настрої, спонуки не через свідомість та інтелект, а через емоційну сферу. Психологія тлумачить зараження як неусвідомлювану, мимовільну схильність людини до певних психічних станів. Сильним каталізатором емоційного збудження стають вибухи емоцій, викликані позитивним чи негативним станом людей (плач, заразливий сміх та ін.). **Навіювання**, або сугестія (лат. - навіювання) - процес впливу на психічну сферу людини, пов'язаний з істотним зниженням її критичності до інформації, що надходить, відсутністю прагнення перевірити її достовірність, необмеженою довірою до її джерел. Основою ефективності навіювання є довіра. Джерелом навіювання можуть бути знайомі і незнайомі люди, засоби масової інформації, реклама та ін. Навіювання спрямоване не до логіки індивіда, його здатності мислити, аналізувати, оцінювати, а до його готовності сприйняти розпорядження, наказ, пораду і відповідно до них діяти. **Наслідування** - процес орієнтації на певний приклад, взірець, повторення і відтворення однією людиною дій, вчинків, жестів, манер, інтонацій іншої людини, копіювання рис її характеру та стилю життя. Наслідування є емоційно і раціонально спрямованим актом. Буває воно як свідомим, так і несвідомим. Наслідування - один із важливих механізмів соціалізації особистості, способів її навчання і виховання. Особливе значення воно має у розвитку дитини.

Кодекси ділового і світського спілкування засновані на різних принципах.

Кодекс світського спілкування

1. Дотримуйся інтереси іншого (принципи ввічливості, такту).

2. Не порицай іншого; уникай заперечень (принципи схвалення, згоди).

3. Будь доброзичливий, привітний (принцип симпатії). Кодекс ділового спілкування

1. Твій внесок повинен бути таким, якого вимагає спільно прийняте напрямок розмови (принцип кооперативності).

2. Говори не більше і не менше, ніж потрібно в даний момент (принцип достатності інформації).

3. Не розказуй неправдивої інформації (принцип якості інформації).

4. Не відхиляйся від теми; зумій знайти рішення (принцип доцільності).

5. Висловлюй думку ясно і переконливо для співрозмовника.

6. Умій слухати і зрозуміти потрібну думку.

7. Умій врахувати індивідуальні особливості співрозмовника заради інтересів справи.

Якщо один співрозмовник орієнтується на принцип ввічливості, а інший - на принцип кооперативне, вони можуть потрапити в безглузду ситуацію, їх комунікація буде неефективною. Отже, правила спілкування повинні бути узгоджені і дотримуватися обома учасниками.

В процесі спілкування часто виникають міжособистісні конфлікти.

**Конфлікт**- сутичка протилежно спрямованих цілей, інтересів, позицій, думок, поглядів опонентів або суб'єктів взаємодії Підґрунтям для кризи можуть бути розбіжності в галузі моральних цінностей, особистих інтересів, бажань, прагнень, цілей. Конфлікти можуть виникати в зв'язку з порушенням правил і норм взаємодії між людьми, а також нечесна, несправедли

*Соціологи вважають, що кожна хвилина конфлікту дорівнює 20 хвилинам наступних переживань. А у людей з поганим настроєм результативність розумової праці знижується на 60-70 %*

ва, нетактовна поведінка однієї особистості по відношенню до іншої.

Міжособистісний конфлікт має не лише негативне, але й позитивне значення в процесі спілкування між людьми.

Негативну роль відіграє так званий тупиковий конфлікт, в основі якого лежать непримиренні протиріччя, які виникли між особистостями в результаті образливих дій одного з партнерів по спілкуванню.

Позитивну роль відіграє конфлікт в зв'язку з тим, що є сигналом неблагополуччя в міжособистісних відносинах, які слід змінити, вирішуючи конфліктну ситуацію в інтересах всіх людей, які до нього залучені. Крім того, ситуативний конфлікт відіграє роль стимулятора розвитку процесу спілкування, оскільки привносить пожвавлення в процес спілкування.

На конфліктні ситуації люди здатні реагувати по-різному, обираючи ту чи іншу стратегію поведінки в конфлікті.



*Рис. 3.4.4. Стратегії поведінки в конфлікті*

**Компроміс**виявляється у намаганні не загострювати ситуацію за рахунок взаємних поступок інтересами. Партнери не враховують глибинних потреб, а задовольняються зовнішньою стороною поведінки.

Девіз: Щоб кожен із нас щось виграв, кожен повинен щось програти.

**Пристосовуючись,**людина адаптується до ситуації, не відстоюючи своїх інтересів. Девіз: Щоб ти виграв, я повинен програти.

**Уникання**пов'язане з намаганням відсунути конфліктну ситуацію якомога далі, сподіваючись, що все вирішиться само собою. Девіз: Щоб не було конфлікту, краще я відступлю.

**Конкуренція**- активний, майже агресивний наступ, намагання вирішити конфлікт, ігноруючи інтереси інших осіб. Людина доводить свою думку, як єдину і правильну, ігноруючи міркування інших. Девіз: Щоб я переміг, ти повинен програти.

**Співробітництво**проявляється в прагненні разом підійти до ефективного вирішення ситуації з урахуванням інтересів, потреб обох сторін. Ця стратегія є найефективнішою для налагодження добрих стосунків, але вимагає багато часу. Девіз: Щоб я виграв, ти теж повинен виграти.