

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**І.КОЗУБОВСЬКА, У.МИХАЙЛИШИН**

**СПІЛКУВАННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ  
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ СЛУЖБИ ВНЗ**

**(методичні рекомендації)**

**СЕРІЯ:**

**СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА СЛУЖБА ВНЗ**

**Ужгород - 2015**

**ББК 88.8**

**К 19**

**Рецензенти:**

доктор педагогічних наук, професор Поліщук В.А.  
кандидат психологічних наук, доцент Вовканич М.Д.

**Відповідальний за випуск:**

кандидат психологічних наук, ст.викладач Смук О.Т.

Затверджено на засіданні вченої ради  
факультету суспільних наук  
(протокол № 3 від 9 грудня 2014 р.)

## ВСТУП

Сьогодні Україна переживає значні труднощі в соціально-економічному розвитку. На думку багатьох учених, одним із найважливіших чинників оптимального вирішення насущних глобально-кризових проблем, є високий професіоналізм і творча майстерність спеціалістів всіх галузей народного господарства. Отже, цілком зрозуміло, якою актуальною сьогодні є проблема підвищення якості освіти, забезпечення професійної компетентності фахівців поряд із формуванням у них позитивних особистісних властивостей. У вирішенні цього важливого завдання значну роль покликані відіграти психологічні (або соціально-психологічні) служби вищих навчальних закладів, діяльність яких спрямована на створення умов для повноцінного гармонійного розвитку студентів, реалізації їх наявних і потенційних особистісно-професійних можливостей. Зазвичай, у ВНЗ України мова йде про психологічну службу, проте, оскільки психологічна служба повинна вирішувати актуальні соціально-психологічні проблеми, очевидно, її назва мала б бути соціально-психологічна служба ВНЗ, тим більше, що діяльність психологічної служби забезпечується не тільки психологами, але й соціальними педагогами, соціальними працівниками.

Одним з найбільш важливих напрямків діяльності соціально-психологічної служби вищого навчального закладу є психодіагностика, деякі особливості якої розглядаються в пропонованих методичних рекомендаціях.

## Розділ І.

### СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА СЛУЖБА У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ.

Слід підкреслити, що на сьогоднішній день психологічні служби функціонують далеко не у всіх вищих навчальних закладах України. Фактично, психологічна служба у системі вищої освіти України робить тільки перші кроки і багато питань щодо її діяльності вимагають подальшого обговорення і вирішення, а також ґрунтовних наукових досліджень. Водночас, зауважимо, що в багатьох зарубіжних країнах є значні теоретичні напрацювання і практичні здобутки в організації діяльності соціально-психологічних служб в системі вищої освіти. До таких країн, зокрема, належать Сполучені Штати Америки.

Аналіз наукової літератури, бесіди з практичними працівниками соціально-психологічних служб у вищих навчальних закладах США, відомих як Student Affairs (Student Services), дає підставу зробити висновок про те, що вони виникли досить давно (Оберлін коледж – 1869 р.; Гарвардський університет – 1890 р.; університет Чикаго – 1892 р.), виходячи з практичних потреб, а пізніше їх діяльність була теоретично обґрунтована вченими. На початкових стадіях розвитку вищої освіти в США існувала практика, коли викладачі (т'ютори) проживали разом зі студентами в студентських містечках (кемпусах) і контролювали життя студентів, особливо їх дисципліну, причому, цей контроль здійснювався різними викладачами окремо щодо дівчат і хлопців. Ці викладачі отримали назву Student Affairs practitioners, тобто «фахівці у студентських справах», іноді їх також називають «радники» або «консультанти».

На сьогоднішній день у кожному вищому навчальному закладі США є структурна одиниця, яка називається «Студентська Служба» (Student Services). Вона має свого декана (Dean of Student Services). Оскільки навчання для кожного студента здійснюється за індивідуальним планом, то ця служба є дуже важливою у житті студента. Від подачі документів на вступ і до виконання випускних формальностей – з усіма питаннями студенти звертаються до студентської служби. Хоч її структура та функції дещо різняться залежно від ВНЗ та бюджету, загалом вона може в себе включати:

- student registration (набір студентів, переведення та прийняття студентів з інших вузів, видання дипломів та виписок, планування випускної церемонії і т.д.);

- financial aid (фінансова допомога малозабезпеченим студентам – це оплата навчання, кошти на купівлю підручників, кошти на бензин, та кошти на догляд за дітьми поки батьки на заняттях);

- disability services (різноманітні послуги для студентів з обмеженими можливостями: перекладач для глухонімих, навчальні матеріали, виконані шрифтом для сліпих, запис підручників на аудіо, створення субтитрів для відеоматеріалів, нагляд за студентами, які здають письмові екзамени в індивідуальному порядку і т.д.);

- career services (допомога студентам, які ще не визначилися у виборі майбутньої професії, різні тести на виявлення нахилів та здібностей, проведення виставок, де роботодавці рекламують свої підприємства, проведення екскурсій та демонстрації з метою самореклами і т.д.);

- veteran affairs (працюють з військовими, котрі за законом отримують освіту на пільгових умовах);

- student success center (допомога тим, хто відстає у навчанні). Викладачі чи студенти-добровольці залучаються до надання допомоги неуспішним студентам;

- international services (допомога студентам, котрі приїхали на навчання в США з інших країн);

- academic advising (допомога студентам у складанні індивідуального плану навчання: коли, де, як, і на котрі курси треба записатися, що робити, якщо там вже немає вільних місць, якими ресурсами коледжу чи ВНЗ можна скористатися і т.п. У великих ВНЗ бувають спеціальні посади: transfer advisor – той, який працює із студентами, котрі щойно перевелися з іншого вузу, як правило, нижчого рівня акредитації, вже пройшли якісь курси, і тепер мають вирішити, до якої саме програми, тобто спеціальності, вони хочуть прикріпитися і що для цього потрібно. Далі з ними працюють program advisors. Слід відзначити, що часто й викладачі виконують цю роль;

- counseling (допомога шляхом консультування; консультанти нерідко виконують ті ж самі функції, що й advisors, але крім того допомагають розв'язати різні соціальні і психологічні проблеми: брак мотивації, насилля в сім'ї, тривала хвороба, депресія, цілі в житті, як творчо

використати свій час, і т.п. Вони мають вищу освіту зі спеціалізацією у психологічному консультуванні чи спорідненій спеціальності );

- online student services (новий тип послуг, який розвивається для тих, хто здобуває освіту переважно через інтернет, і покликаний дублювати всі ті послуги, які отримуються традиційними студентами).

Аналіз наукової літератури свідчить, що коло обов'язків працівників соціально-психологічних служб у ВНЗ США надзвичайно широке. Вони допомагають студенту правильно обрати майбутню спеціальність, зорієнтуватися в різних програмах, підготуватися до інтерв'ю, оформити пакет документів, включаючи резюме, забезпечують інформацією про кар'єрні можливості. Під час навчання радники виявляють труднощі у навчанні студента, надають індивідуальні консультації з метою їх подолання; надають допомогу студенту, який перебуває у кризовому стані, переживає стрес, депресію, включаючи направлення у реабілітаційні центри; працюють зі студентами з особливими потребами; виявляють умови проживання студентів і дають рекомендації щодо їх поліпшення; проводять спеціальні семінари, тренінги, спрямовані на стимуляцію особистісного зростання кожного студента, формування адекватної самооцінки, встановлення дружніх відносин з однокурсниками ; інформують студентів випускних курсів щодо ринку праці і можливостей працевлаштування, консультують студентів щодо відповідності їх кваліфікації вимогам роботодавців. Радники також беруть участь в організації і проведенні різних свят у ВНЗ (свято знань, свято випускника та ін.). Вони підтримують тісні контакти з керівництвом вищого навчального закладу, академнаставниками, викладачами, представниками інших вищих шкіл та громадських організацій, беруть участь у прийомі на роботу нових співробітників і оцінці навчальних програм.

До професійної підготовки фахівців соціально-психологічних служб вимоги досить високі. Вони повинні пройти дворічні програми спеціалізації (основні дисципліни: система освіти, психологія, право, комунікація, консультування, індивідуальна і групова робота, менеджмент та ін.). Після закінчення навчання можуть отримати диплом магістра (Master of Education, Master of Arts). Про важливість професійної підготовки фахівців у цій галузі свідчить наявність докторських програм з отриманням відповідного ступеня (Ed.D or Ph.D).

Отже, діяльність соціально-психологічної служби у вищих навчальних закладах США є плідною і дуже різносторонньою і, безперечно, заслуговує уваги і використання окремих форм роботи у вітчизняних ВНЗ.

Що стосується України, то історія становлення психологічної служби ВНЗ, фактично, розпочалася ще в радянський період, коли вперше така служба була створена в 1977 році на базі Казанського державного університету (КДУ) при кафедрі педагогіки і психології. Її мета і завдання зводилися до формування і розвитку у студентів потреби і навичок самоврядування і самоконтролю в навчальній діяльності на всіх психологічних рівнях: 1) взаємин (міжособистісні стосунки між викладачем і студентом і між студентами в спільній діяльності); 2) поведінки (індивідуальна і колективна поведінка всіх учасників учбового процесу); 3) діяльності (власне учбова діяльність і її психологічна проблематика); 4) психічних станів (кожного з учасників учбового процесу). Ці рівні визначали конкретний зміст і форми роботи психологічної служби на той період в КДУ. Проте широкого розповсюдження психологічна служба у вищих навчальних закладах в період існування СРСР не отримала.

Повністю поділяємо думку вітчизняної дослідниці О.Кайріс, що системна робота із створення психологічної служби в освітній галузі розпочалася в Україні з 1991 р., коли в Інституті психології ім. Г.С. Костюка АПН України був створений новий підрозділ – Центр психологічної служби в системі освіти. У 1993 р. було розроблено і прийняте перше положення про психологічну службу системи освіти. 7 липня 1998 р. спільним наказом Міністерства освіти України та Академії педагогічних наук України було створено Український науково-методичний центр практичної психології і соціальної роботи як головну організацію психологічної служби, що здійснює методичне керівництво усією психологічною службою системи освіти. 23 квітня 2004 р. вперше в історії Української держави Колегія Міністерства освіти і науки України розглянула питання про стан і перспективи розвитку психологічної служби системи освіти. Колегія схвалила «Стратегію розвитку психологічної служби системи освіти України на період до 2008 р.». Саме 23 квітня вважається Днем практичного психолога в Україні. У квітні 2008 р. на засідання Колегії Міністерства освіти і науки схвалено Концепцію

розвитку психологічної служби системи освіти на період до 2012 р. У 2009 р. була прийнята нова редакція Положення про психологічну службу системи освіти України.

Безперечно, психологічна служба у ВНЗ є частиною психологічної служби системи освіти України і тісно зв'язана, насамперед, з шкільною психологічною службою. Як і в діяльності шкільного психолога, у ВНЗ психологічна служба теж працює за двома основними напрямками: актуальний і перспективний. Актуальний напрямок орієнтований на вирішення щоденних проблем, які виникають у навчально-виховному процесі; у формуванні особистості, її поведінки, спілкуванні. Перспективний напрямок спрямований на розвиток індивідуальності кожного студента, на формування його готовності до творчої діяльності в суспільстві. Завдання психологічної служби ВНЗ – створення психологічних умов для розвитку здібностей студентів, гармонійного формування їх особистості.

Звичайно, ці два напрямки взаємозв'язані і підпорядковані досягненню основної мети діяльності психологічної служби ВНЗ – формуванню психологічної готовності до життєвого самовизначення кожного студента.

Психологічна готовність до життєвого самовизначення включає: а) сформованість на високому рівні психологічних структур самосвідомості; розвиток потреб, моральних установок, ціннісних орієнтацій; б) становлення індивідуальності як результату розвитку і усвідомлення своїх здібностей та інтересів кожним студентом. Психологічна готовність передбачає певний рівень зрілості особистості, сформованість механізмів, які забезпечують можливість безперервного росту і розвитку особистості.

Проблеми, які доводиться вирішувати психологічній службі школи і ВНЗ, теж мають багато спільного. Проте, звичайно, є й певні відмінності. Зрозуміло, що проблеми, які виникають у студентів, відрізняються від проблем школярів стосовно навчання, наукової і громадської роботи, побутового і особистого характеру. До того ж, студенти відрізняються більшою самостійністю, у них більш виражене прагнення до саморозвитку і самовдосконалення, а, значить, яскравіше виявляється потреба дізнатися, порадитися, отримати інформацію від фахівця-психолога.



Психологічна служба ВНЗ – інтегральне явище, яке повинне об'єднувати в собі основні структурні одиниці: психологічну діагностику (індивідуальну і групову), консультування, психологічну профілактику, пропаганду психологічних знань, соціально-психологічну адаптацію студентів у навчально-професійній діяльності, підвищення рівня їх загальної і психологічної культури.

Багато вчених основними в діяльності психологічної служби ВНЗ вбачають завдання психологічної підтримки і супроводу студентів у професійному розвитку і співвідносять технологію психологічного супроводу студентів з етапами професійного навчання: адаптацією, інтенсифікацією та ідентифікацією. На етапі адаптації (перший курс) – завдання психологічної служби полягає в наданні допомоги студентові в адаптації до нових умов життєдіяльності, що передбачає: діагностику готовності до навчально-пізнавальної діяльності, мотивів навчання, ціннісних орієнтацій, соціально-психологічних установок; допомогу в розвитку навчальних умінь і регуляції своєї життєдіяльності; психологічну підтримку першокурсників у подоланні труднощів самотійного життя і побудові комфортних взаємин з однокурсниками і педагогами; консультування першокурсників, що розчарувалися у вибраній спеціальності; корекція професійного самовизначення при компромісному виборі професії. На етапі інтенсифікації (другий і третій курси) функції психологічної служби зводяться до діагностики особистісного й інтелектуального розвитку, надання допомоги у вирішенні проблем, що виникають у взаєминах з однокурсниками і педагогами, а також в суто особистих стосунках. Відповідно тут необхідні технології розвиваючої діагностики, психологічного консультування, корекції особистісного і інтелектуального профілів. На етапі ідентифікації (четвертий і п'ятий курси) завдання психологічної служби полягають у наданні допомоги в знаходженні професійного поля реалізації себе, підтримці в осмисленні сенсу майбутньої життєдіяльності. Головне – допомогти випускникам професійно самовизначитися і знайти місце роботи.

Можна погодитися з таким підходом в цілому, проте зауважимо, що виокремлення етапів і, відповідно, специфіки психологічного супроводу, є дещо умовним, тому що на першому курсі у студентів часто виникають не тільки труднощі в адаптації, але й різні проблеми в особистому житті.

На сьогоднішній день в багатьох ВНЗ України функціонують психологічні служби (Дніпропетровський національний університет, Луганський національний університет, Харківський національний педагогічний університет та ін.), кожний з яких має суттєві здобутки в різних аспектах організації діяльності психологічної служби.

Певний досвід діяльності психологічної служби у ВНЗ має Ужгородський національний університет, де Центр психологічної служби УжНУ був створений у 2008 році і спочатку функціонував на громадських засадах, що не стало перешкодою для його успішної діяльності, яка забезпечувалася в основному працівниками кафедри психології і педагогіки та кафедри соціології і соціальної роботи. У 2012 році структурний підрозділ отримав посади штатних працівників, що дозволило інтенсифікувати роботу Центру, який було перейменовано у Соціально-психологічну службу ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

Сьогодні Соціально-психологічна служба УжНУ включає Центр соціологічних досліджень і Центр психологічної допомоги.

Метою діяльності Соціально-психологічної служби є створення оптимальних умов для успішного забезпечення навчально-виховного процесу у ВНЗ шляхом : а) надання психологічної допомоги студентам на різних етапах їх професійного становлення; надання психологічної допомоги викладацькому складу та працівникам ВНЗ у вирішенні професійних та особистісних проблем за їх запитом; в) проведення досліджень в галузі психології і соціології та управління соціальними процесами, створення і підтримання нормативно-методичної та інформаційної бази досліджень з метою підготовки пропозицій і обґрунтувань для розробки програм соціального розвитку університету та їх успішної реалізації.

Основними напрямками роботи Центру психологічної допомоги є : психологічний супровід професійного становлення студента; корекційно-профілактична діяльність; консультування; психодіагностична діяльність; психологічний супровід студентів з особливими потребами; робота з викладачами і працівниками університету.

Психологічна служба УжНУ співпрацює з органами охорони здоров'я, правоохоронними структурами, органами соціального захисту, з громадськими і благодійними вітчизняними і зарубіжними організаціями і

сприяє повноцінному особистісно-професійному розвитку студентів; оптимізації навчального процесу; ефективній адаптації студентів-першокурсників; проводить консультування з різних питань; здійснює пропаганду здорового способу життя тощо.

Діяльність психологічної служби УжНУ в порівнянні з подібними структурами інших ВНЗ має певну специфіку. По-перше, крім інтенсифікації навчально-виховного процесу, велика увага зосереджена на роботі з молодими студентськими сім'ями (інформаційна робота з планування сім'ї, здорового способу життя, збереження репродуктивного здоров'я; семінари-тренінги «Підготовка до батьківства», «Попередження конфліктних ситуацій в родині», «Навички поведінки у конфліктних ситуаціях»; тематичні дискусії; індивідуальні і групові бесіди, консультації; консультування вагітних, які навчаються в університеті тощо).

По-друге, значна робота здійснюється зі студентами з обмеженими можливостями. В УжНУ відкрито перший на Закарпатті комп'ютерний клас для незрячих студентів. Спеціальне програмне забезпечення допомагає цим людям активно навчатися. Програмне забезпечення можна копіювати, встановлювати на інших комп'ютерах. Воно зручне у користуванні. Також на вході до основного корпусу університету був встановлений метроном, що полегшує орієнтацію незрячим студентам.

Не можна не згадати про роботу соціально-психологічної служби зі студентами-іноземцями. В Ужгородському національному університеті навчається близько 400 студентів із зарубіжних країн. Більша частина – це студенти, які прибули на навчання з Індії. Фахівцями соціально-психологічної служби була розроблена спеціальна анкета на англійській мові і розповсюджена серед іноземних студентів. Анкетування, а також індивідуальні бесіди зі студентами дозволили виявити основні труднощі адаптації іноземних студентів до життя і навчання в українському ВНЗ і взяти відповідних заходів.

Важливим аспектом роботи психологічної служби УжНУ є розвиток волонтерського руху. Волонтерство є суттєвою складовою громадянського суспільства. За допомогою волонтерства: в суспільстві підтримуються і підсилюються такі загальнолюдські цінності, як милосердя, турбота, допомога; люди реалізують свої можливості, повністю розкривають свій людський і професійний потенціал;

встановлюються зв'язки, які сприяють вирішенню важливих життєвих питань багатьох людей.

У волонтерському русі дуже багато позитивних аспектів, які варто використати у професійній підготовці майбутніх фахівців, зокрема соціальних працівників, психологів, педагогів. Волонтерство дозволяє людині в значній мірі реалізувати почуття особистої громадянської відповідальності. Водночас, волонтерство – це важлива сходинка для подальшого професійного розвитку.

Цілеспрямована робота психологічної служби може суттєво сприяти підвищенню ефективності навчально-методичної і виховної роботи ВНЗ, повноцінному особистісному й інтелектуальному розвитку студентів на всіх етапах навчання, формуванню у студентів здібностей до саморозвитку і самовиховання, вихованню соціально-активної особистості.

Надзвичайно важливу роль в діяльності соціально-психологічної служби ВНЗ відіграє професійне спілкування психолога, особливості якого розглядаються в другому розділі.

## Розділ 2.

### КОМУНІКАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ФАХІВЦІВ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ СЛУЖБИ ВНЗ

Слід підкреслити, що феномен спілкування давно привертає увагу вчених різних галузей науки: філософії, психології, педагогіки, лінгвістики, соціології, менеджменту. Особливо інтенсивна розробка теорії спілкування, її категоріального апарату відбувається в XIX – XX столітті.

Перш за все відзначимо, що спілкування є результатом розвитку суспільної історії, показником і основою нашої культури і одночасно засобом розвитку суспільства. В процесі спілкування забезпечується єдність дій людей, їх консолідація, впорядковується цілеспрямована діяльність.

Спілкування сприяє розширенню світогляду людей, розвитку інтелекту, оволодінню новими знаннями, уміннями, навичками, необхідними для успішної діяльності. Воно створює умови для розвитку цілеспрямованості почуттів, волі, оцінок, орієнтацій – всього того, що характеризує не просто потребу жити, існувати серед собі подібних, а брати активну участь у суспільному творенні.

Відзначимо, що в багатьох наукових дослідженнях комунікативна діяльність розглядається не тільки з теоретичних позицій, як соціально-психологічний феномен, але і як практичний інструмент, який постійно використовується в діяльності людини і сприяє досягненню ефективних результатів, що. Зокрема, стосується професійної діяльності фахівців психології.

Людське спілкування завжди було в основі соціального буття. Це – одна з найважливіших потреб людини, яка живе в суспільстві. Воно потрібно їй для взаємодії з іншими людьми, самоствердження.

У процесі спілкування виявляються дві своєрідні суперечності. З одного боку, людина прилучається до життя суспільства, засвоює його досвід, наукові та культурні здобутки людства, а з іншого, відбувається її відособлення, формується індивідуальна неповторність, самобутність.

Науковці (І.Кулініч, А.Леонт'єв, Б.Ломов, О.Степанов, М.Фіцула та ін.) вважають, що спілкування слід розглядати на макрорівні, мезорівні і мікрорівні.

На макрорівні спілкування виступає як найважливіший аспект способу життя людини (людина спілкується з іншими людьми відповідно до традицій, звичаїв, суспільних відносин). Цей рівень передбачає вивчення розвитку спілкування протягом життя людини, виявлення основного змісту діяльності, кола осіб, з якими вона переважно спілкується, соціальних груп, до яких належить тощо. Вищезгаданий рівень є основним у дослідженні особистості, спрямованості її діяльності, мотиваційної сфери, міжособистісних стосунків.

На мезорівні вивчають контакти, в які вступають люди при виконанні певних завдань чи спілкуванні на певну тему. Реалізація завдань спілкування за темою може потребувати одного контакту чи кількох зустрічей. Спілкування в межах певної теми обмежене в часі, тобто, це є процес, який має конкретний початок і кінець.

Мікрорівень охоплює окремі акти спілкування, які є його елементарними одиницями. Таким актом спілкування може бути «питання – відповідь», потиск руки, багатозначний погляд тощо.

Історично склалися дві форми спілкування: безпосереднє й опосередковане. Безпосереднє спілкування здійснюється за допомогою мови і поєднується з мімікою, жестами, інтонацією тощо (вербальне і невербальне спілкування). На основі безпосереднього спілкування виникло опосередковане – письмо, засоби масової інформації (газета, радіо, книги, телебачення тощо).

Вітчизняні учені І.Кулініч та М.Філоненко виокремлюють різні види спілкування:

#### I. За критерієм просторового спілкування:

1. Безпосереднє спілкування – вид спілкування, при якому відбувається прямий контакт між суб'єктами спілкування. Наприклад, студенти, слухаючи лекцію викладача, спілкуються з ним безпосередньо, при прямому контакті (бачать його, слухають, можуть ставити запитання і отримувати відповіді, лектор може звернутися до них із запитанням).

2. Опосередковане спілкування – вид спілкування, при якому суб'єкти не контактують один з одним, але одночасно вступають у комунікативні зв'язки. Наприклад, читаючи книгу, людина опосередковано спілкується з її автором. Вона отримує інформацію в інтерпретації цього автора, але не знає його особисто, не бачить зараз і, можливо, ніколи не бачила.

#### II. За критерієм мотивації до спілкування:

1. Бажане спілкування – вид спілкування, якого ми прагнемо, причому воно може відбуватися безпосередньо і опосередковано. Наприклад, людина давно хотіла поспілкуватися зі своїм давнім товаришем, який тривалий час перебував за кордоном. Вона з нетерпінням очікувала, коли товариш повернеться і вони зможуть поспілкуватися. Безперечно, це є бажаним спілкуванням. Воно також може відбуватися й опосередковано. Наприклад, людина дивиться по телебаченню цікавий серіал і з нетерпінням очікує часу, коли відбудеться наступна телепередача, щоб опосередковано поспілкуватися з улюбленими героями.

2. Небажане спілкування – вид спілкування, якого людина уникає, від якого вона всіма засобами намагається ухилитися. Це може бути спілкування з неприємною для нас людиною, або спілкування на тему, яка є неприємною для нас. Прикладом небажаного опосередковано спілкування є небажання багатьох людей дивитися рекламу по телебаченню (більшість людей вимикають телевізор або переходять на інший канал), чи дивитися якусь тематичну телепередачу.

### III. За критерієм орієнтації на співрозмовника:

1. Міжособистісне спілкування – вид спілкування, який є найбільш поширеним у житті людей і передбачає безпосередні суспільні зв'язки людей у контексті «суб'єкт - суб'єктних» і «суб'єкт - об'єктних» відносин.

2. Масове спілкування – вид спілкування, яке спрямоване не на конкретну людину, а на загал людей. Таке спілкування здійснюється через телебачення, інші засоби масової комунікації. Через нього відбувається обмін інформацією від покоління до покоління, від однієї нації до іншої.

### IV. За критерієм часового обмеження:

1. Короткотривале спілкування – вид спілкування, обмежений у часі. Спілкування між людьми може відбуватися всього хвилину (кілька хвилин) і більше не повторюватися, оскільки мета його буде досягнута, потреби у подальших контактах немає. Наприклад, людина запитала на вулиці у випадкового зустрічного, як пройти до метро. Вона отримала вичерпну відповідь і спілкування закінчилося.

2. Довготривале спілкування – вид спілкування, який не є обмеженим у часі і може продовжуватися дуже довго. Це стосується як безпосереднього, так і опосередкованого спілкування. Слід відзначити, що є люди, які особливо схильні до довготривалих комунікативних контактів.

Вони відчують сильний дискомфорт від короткотривалого спілкування і намагаються його продовжити.

У. За критерієм кількості учасників:

1. Монологічне спілкування – вид спілкування, який передбачає одностороннє отримання інформації, коли тільки один з учасників взаємодії викладає свої думки, ідеї, почуття, тобто відсутній зворотний зв'язок. Монолог може відбуватися з аудиторією і без неї. Монологічне мовлення без слухачів, глядачів є складнішим, бо в такому разі у мовця немає інформації про те, як сприймається його мовлення. За наявності слухачів навіть при монологічному мовленні має місце певний зворотний зв'язок, бо можна орієнтуватися на реакцію слухачів. На відміну від діалогу монолог зазвичай потребує спеціальної попередньої підготовки.

2. Діалогічне спілкування – вид спілкування між двома чи більше особами, при якому всі вони є активними учасниками спілкування. Це мовлення зазвичай не планується. Кожна вимовлена фраза є відповіддю на репліку співрозмовника. Особливості цього мовлення залежать від рівня взаємовідносин і взаєморозуміння між партнерами комунікативного процесу. Діалог є скороченим мовленням. У ньому широко використовуються невербальні засоби (поза, міміка, жести).

УІ. За критерієм результативності:

1. Конфліктне спілкування – особливий вид спілкування, для якого характерне зіткнення поглядів, ідей, точок зору людей, їх інтересів і дій. Воно негативне, оскільки супроводжується негативними емоціями, стресами, переживаннями, розчаруваннями. Як правило, в процесі конфліктного спілкування важко досягти мети (за винятком випадків, коли створення конфліктної ситуації було метою спілкування).

2. Маніпуляційне спілкування – вид спілкування, при якому один з комунікантів хоче переважати, пригнічуючи інтереси, бажання, почуття, потреби іншого учасника чи учасників комунікативного процесу.

На основі узагальнення результатів вивчення психолого-педагогічної, соціологічної наукової літератури з проблеми спілкування можна виокремити також такі види спілкування, як соціально-орієнтоване, тематично-орієнтоване, особистісно-орієнтоване, групове, формально-рольове, неформальне та ін.

При соціально-орієнтованому спілкуванні найбільш чітко проявляються суспільні відносини, в процесі якого воно реалізується.



Його мета в менеджменті – організувати чи активізувати соціальну взаємодію, спрямовану на вдосконалення ефективності виробництва, надання певних видів послуг тощо.

Зазвичай у спілкуванні виокремлюють три взаємопов'язаних аспекти: комунікативний – обмін інформацією між індивідами, її уточнення, розвиток; інтерактивний – організація взаємодії суб'єктів, які спілкуються, тобто обмін не тільки знаннями, думками, ідеями, але й діями у процесі побудови спільної стратегії взаємодії; перцептивний – процес взаємного сприймання й розуміння співрозмовників, пізнання ними один одного.

Відповідно, Б.Ломов обґрунтовує такі функції спілкування: інформаційно-комунікативну, яка охоплює процеси формування, передавання та прийому інформації; регуляційно-комунікативну, яка передбачає регуляцію поведінки, спільної діяльності в процесі взаємодії людей; афективно-комунікативну, яка характеризує емоційну сферу людини, де проявляється її ставлення до навколишнього середовища.

Особисто-орієнтоване спілкування передбачає безпосереднє спілкування психолога з клієнтами, має діловий характер.

Мета групового тематично-орієнтованого спілкування – вирішення проблем, які постали перед конкретною групою людей (студентська група).

Формально-рольове спілкування передбачає встановлення зв'язків між людьми, яким властиві певні ролі (психолог – клієнт). Учасники комунікативного процесу виконують конкретні функції стосовно один одного, їх відносини в процесі взаємодії є діловими.

Різні особистісні контакти між близькими знайомими, колегами, родичами становлять сферу неформального спілкування. Правда, іноді в процесі тривалих контактів психолога і клієнта у професійній діяльності теж може мати місце неформальне спілкування.

Розглядаючи комунікативні процеси в професійній діяльності психолога, зауважимо, що, фактично, мова йде про особливості ділового спілкування.

Відзначимо, що термін “ділове спілкування” почав широко використовуватися в наукових джерелах тільки впродовж останніх десятиріч. Його вживання зумовлено тим, що існують деякі сфери людської діяльності, в яких взаємовідносини людей, їх міжособистісні

контакти стають професійно значимими, тобто, спілкування з фактора, який супроводжує відповідну діяльність, перетворюється в професійно значимий компонент цієї діяльності. В першу чергу, це стосується менеджерів.

Вчені (І.Герчикова, О.Канюк, Ф.Хміль та ін.) відзначають, що ділові відносини між людьми можуть бути: діалогічні (один партнер сприймає цілісний образ іншого як бажаного партнера взаємодії на основі визнання його належності до певної спільноти, до якої він зараховує і себе); антидіалогічні (один або обидва партнери взаємодії сприймають один одного, принципово заперечуючи при цьому будь-яку спільність між ними); індиферентні (відсутність у партнерів будь-якої зацікавленості до взаємодії, хоч за сприятливих умов при таких відносинах можливий формальний контакт). Крім цього, ділове спілкування має специфічні ознаки, зумовлені процесами виробництва і керівництва колективною працею. Воно завжди має чітку спрямованість, і основним завданням його є продуктивне співробітництво.

Слід підкреслити, що на сьогоднішній день серед учених немає єдності у визначенні ділового спілкування.

Зміст ділового спілкування розкривається вченими по-різному. Так, ділове спілкування часто тлумачиться як засіб психологічного забезпечення діяльності, в якому виокремлюють такі особливості як регламентованість стосовно розподілу функцій між партнерами засобів спілкування, як взаємодію щонайменше двох активних партнерів – суб'єктів спілкування, як спілкування, яке є способом організації і оптимізації певного виду діяльності (наукової, виробничої, комерційної), як міжособистісний аспект професійної комунікації.

С.Жукова вважає, що ділове спілкування – це спілкування, включене в процес конкретної професійної діяльності, взаємодія людей в процесі виробничої діяльності, зв'язана з їх офіційними ролями.

Г.Бороздіна під діловим спілкуванням розуміє процес взаємозв'язку і взаємодії, під час яких відбувається обмін інформацією і досвідом, що передбачає досягнення певного результату, вирішення конкретних проблем, реалізацію певних завдань.

Інші дослідники тлумачать ділове спілкування як своєрідний стиль спілкування, для якого характерна орієнтація на конструктивне вирішення проблеми. Характерними рисами ділового стилю спілкування є:

врахування позиції партнера; визначення позиції сторін ставленням до проблеми, яка обговорюється, а не особистісними взаєминами; прагнення досягти позитивного результату в процесі спілкування та ін.

Ділове спілкування можна визначити як комунікативну діяльність, структурними компонентами якої є: предмет спілкування – інша людина, партнер по спілкуванню; потреба у спілкуванні, яка полягає у намаганні індивіда пізнати і оцінити інших людей, навколишню дійсність і з допомогою цього – глибше пізнати і оцінити себе; комунікативні мотиви – те, заради чого здійснюється спілкування; дії спілкування – одиниці комунікативної діяльності, цілісні мовленнєві акти, адресовані іншим людям; завдання спілкування – мета, на досягнення якої в конкретній комунікативній ситуації спрямовані комунікативні дії; засоби спілкування – операції, за допомогою яких здійснюється спілкування (мовлення, міміка, жести тощо); продукт спілкування – утворення матеріального і духовного характеру, які створюються в процесі спілкування.

В основі мотивів комунікативної діяльності лежать домінуючі потреби особистості: матеріальні, соціальні, духовні.

Об'єктивними умовами ділового спілкування може виступати час, обстановка, просторові характеристики, а суб'єктивними – вік, стать, соціальний статус, індивідуальні характеристики, психічний і фізичний стан партнерів по спілкуванню.

Засоби ділового спілкування поділяються на вербальні і невербальні.

Способи ділового спілкування – це конкретні прийоми використання комунікативних засобів у різних формах ділового спілкування.

Результатом ділового спілкування може стати не тільки зміна поведінки, емоційного стану, світогляду конкретного індивіда (групи) у відповідності з ідеальною метою комунікативної діяльності, але й певна інформація, отримана в процесі спілкування.

Слід відзначити, що результат спілкування може співпадати, або ж не співпадати з метою діяльності. В другому випадку комунікативна діяльність може бути продовжена.

Ділове спілкування має деякі специфічні ознаки, зумовлені процесами виробництва і керівництва колективною працею. Воно відрізняється від побутового тим, що має конкретні цілі, завдання, які вимагають вирішення. В діловому спілкуванні не можна припинити взаємодію з партнером без вирішення завдань, інакше, важко уникнути втрат з обох

сторін. Ділове спілкування завжди має чітку спрямованість, і основним завданням його є продуктивне співробітництво. У звичайному спілкуванні, як правило, не ставляться конкретні завдання, його можна припинити в будь-який момент за бажанням учасників.

Аналіз наукової літератури свідчить, що більшість дослідників вказують на тісний зв'язок ділового спілкування з професійною діяльністю, професійним спілкуванням, з чим, звичайно, варто погодитися. Проте деякі з них вважають, що “ділове спілкування” – поняття дуже широке і часто виходить за межі професійної діяльності.

Професійне спілкування психолога обов'язково передбачає і використання елементів ділового спілкування, різних його форм (ділові бесіди, ділові наради, ділові переговори, телефонні розмови з організаціями, чи окремими індивідами, спілкування електронною чи звичайною поштою тощо).

Відомий російський учений Р.Немов наголошує, що ділове спілкування, зазвичай, включене як окремий аспект в певну професійну діяльність і слугує засобом підвищення якості цієї діяльності. Подібну думку висловлює і С.Жукова, відзначаючи, що ділове спілкування – це спілкування, включене в процес конкретної професійної діяльності, взаємодія людей в процесі виробничої діяльності, зв'язана з їх офіційними ролями.

Таким чином, очевидно, ділове спілкування можна розглядати як спілкування, цілі якого визначаються цілями цієї професійної діяльності, в яку воно входить як складова частина, таким чином можливим є використання терміну професійно-ділове спілкування.

Найчастіше з вище означених форм ділового спілкування, в діяльності соціально-психологічної служби ВНЗ, безперечно, використовується бесіда. Це – розмова двох або більше осіб з метою отримання певної інформації, вирішення конкретних актуальних проблем.

Ділова бесіда – це процес спілкування, який охоплює певні психологічні елементи соціальної взаємодії, а саме: тривалість мовлення, тривалість зустрічі, темп спілкування, владність, характер стосунків, мету і предмет зустрічі, емоційний тон тощо.

Основні елементи будь-якої ділової бесіди: встановлення місця й часу зустрічі, спосіб вступу в контакт (початок розмови), визначення мети бесіди (проблема, яку треба вирішити), обмін думками, пропозиціями,

фіксування результатів бесіди і вихід з контакту (підсумки, домовленості, взаємні зобов'язання).

Т.Чмут відзначає, що залежно від змісту ділові бесіди можуть виконувати різні функції: обмін інформацією між партнерами; планування перспективних заходів; контроль і координація певних дій; взаємне спілкування під час вирішення актуальних питань; підтримка ділових контактів на різних рівнях; пошук і висунення нових ідей; стимулювання дій; вирішення етичних проблем, які виникли під час ділового спілкування і взаємодії.

Зауважимо, що іноді бесіду в професійному спілкуванні трактують досить широко, ототожнюючи її, зокрема, з діловою розмовою. Проте розмова, навіть ділова, все-таки є ситуаційним контактом, а бесіда відрізняється від розмови тим, що є предметним контактом.

І.Кулініч розуміє під діловою бесідою цілеспрямований вид спілкування, який пов'язаний з необхідністю зробити висновки на підставі аналізу думок і висловлювань. Як вид ділового спілкування забезпечує обмін інформацією між керівником і підлеглими з метою послідовного вироблення управлінського рішення, а також організаційного, психологічного та іншого забезпечення його виконання. Безперечно, ділова бесіда може відбуватися не тільки між керівником і підлеглими, але й між кількома керівниками, чи кількома працівниками підприємства. На відміну від інших форм ділового спілкування, ділова бесіда відрізняється такими характеристиками : легко управляється; трансформативна, тобто її можна за необхідності перетворити в іншу форму ділового спілкування.

Серед принципів ведення бесіди варто згадати такі :

Цілеспрямованість, що передбачає попередню підготовку і планування ходу бесіди, а також підбір наочних прикладів та фактичних даних для ілюстрування змісту і фактів ситуації, яка обговорюється.

Створення атмосфери взаємної поваги і довіри полягає у ретельному вивченні всіх факторів, які можуть викликати напруження у процесі бесіди, їх усунення або нейтралізацію до початку розмови.

Професіоналізм проявляється у вмінні об'єктивно оцінювати інформацію, її повноту і достовірність, у глибокому знанні і розумінні предмета бесіди. Необхідно володіти вагомими аргументами і фактами, щоб надати переконливості своїй розмові, вміти чітко викласти основний зміст, лаконічно сформулювати висновки.

Уміння зацікавити і втримати увагу співрозмовника вимагає комплексного застосування різних психологічних методів та засобів. Алгоритм формування інтересу полягає у приверненні уваги, спонуканні до зацікавленого ставлення до предмета бесіди, формуванні ділового інтересу. Важливе значення має інформаційний ритм бесіди, тобто зміна найбільш насичених інформацією періодів, коли від слухача вимагається максимальна увага і концентрація, менш напруженими, коли відбувається закріплення викладених фактів. Основні положення і висновки варто повторити для кращого запам'ятовування. Ефективним засобом у діловій бесіді є унаочнення. Різні методи фіксації інформації (схеми, графіки, розрахунки, таблиці) суттєво зменшують абстрактність інформації і сприяють її кращому сприйманню і осмисленню.

У процесі ведення ділової бесіди доцільно :

- на початку бесіди поставити досить жорсткі власні вимоги, щоб мати «запланований» простір для відступу;
- у процесі бесіди або заздалегідь виявити позитивні риси і властивості партнера і в ході бесіди наголошувати на них (можливо, навіть трохи перебільшено);
- критикувати ті позиції партнера, які явно можуть завдати шкоди вашим інтересам;
- уникати у розмові слів, які характеризують крайні смислові та емоційні полюси (напр., «я абсолютно впевнений»);
- своєю поведінкою не демонструвати радість від отриманої перемоги і поблажливе ставлення до партнера, який програв;
- якщо ділова бесіда не принесла очікуваного успіху, необхідно з гідністю прийняти поразку.

Бесіду можна вважати завершеною, якщо за допомогою інформаційних і контрольних запитань у бесіді досягнуті цілі співрозмовників; наведені відповідні аргументи; на поставлені запитання отримані вичерпні відповіді; налагоджений контакт із діловим партнером.

Важливе значення в організації спілкування має спосіб вступу в контакт. Відмітимо, що будь-яка комунікація починається із встановлення контакту. Значимість цієї фази спілкування надзвичайно велика. І хоч спосіб вступу в контакт не визначає повністю кінцевого результату, від нього багато що залежить, зокрема ті зусилля, які необхідні для успішного завершення комунікації.

На сьогоднішній день вченими виділені різні способи входження в контакт. Найбільш відомі з них: "прибудова зверху", "прибудова знизу" і "прибудова поряд".

"Прибудова зверху" означає, що людина зразу ж хоче показати, хто є хто, розподілити ролі у спілкуванні. Це є часто проявом авторитаризму у спілкуванні, незалежності, зверхності.

"Прибудова знизу" - означає залежність у спілкуванні, вказує на бажання підкорятися, демонструє невпевненість в собі, визнання компетентності партнера по спілкуванню.

"Прибудова поряд" - виражає наявність почуття власної гідності, високу самооцінку і готовність високо оцінити партнера по спілкуванню, розуміння інтересів інших, бажання розподілити відповідальність між собою і партнером.

При входженні в контакт важливе значення мають невербальні реакції, оскільки вважається, що вони в меншій мірі контролюються свідомістю, ніж вербальні і тому є більш надійними індикаторами щирості чи нещирості. Найменше піддаються контролю такі невербальні компоненти мовлення, як темп, тональність, інтонація, трохи краще у порівнянні з ними контролюються жести, міміка.

Для "прибудови зверху" властива випрямлена поза з піднятим вгору підборіддям, жорсткий погляд (або відсутність контакту очей), сповільнений темп мовлення з строго витриманими паузами, певна дистанція.

"Прибудова знизу" передбачає використання прямо протилежних невербальних засобів.

І, нарешті, "прибудова поряд" – відзначається повною свободою рухів, їх невимушеністю, синхронним обміном поглядами, синхронізацією темпу мовлення, помірним голосовим напруженням, дружелюбними, "теплыми" інтонаціями.

Вибір правильної тактики у спілкуванні на етапі "входження в контакт" залежить від багатьох факторів (умов, мети, ситуації, позиції комунікантів, їх статусу, професійної підготовки).

Іноді в процесі ділового спілкування виникає необхідність зробити зауваження, висловити осуд.

Правильна тактика зауваження чи осуду передбачає прийняття індивідом позиції психолога і міри осуду. Щоб індивід прийняв і зрозумів

необхідність і правильність осуду, слід підготувати відповідний емоційний фон. Таким фоном є не негативні, а позитивні емоції.

Психологічна наука виявила цікаву закономірність: найкраще запам'ятовується початок розмови і її кінець. Ця закономірність може успішно використовуватися в процесі спілкування стосовно техніки зауваження.

Так, розмова-покарання, чи розмова-зауваження, як правило, повинна бути умовно поділена на три частини (див.рис.1).

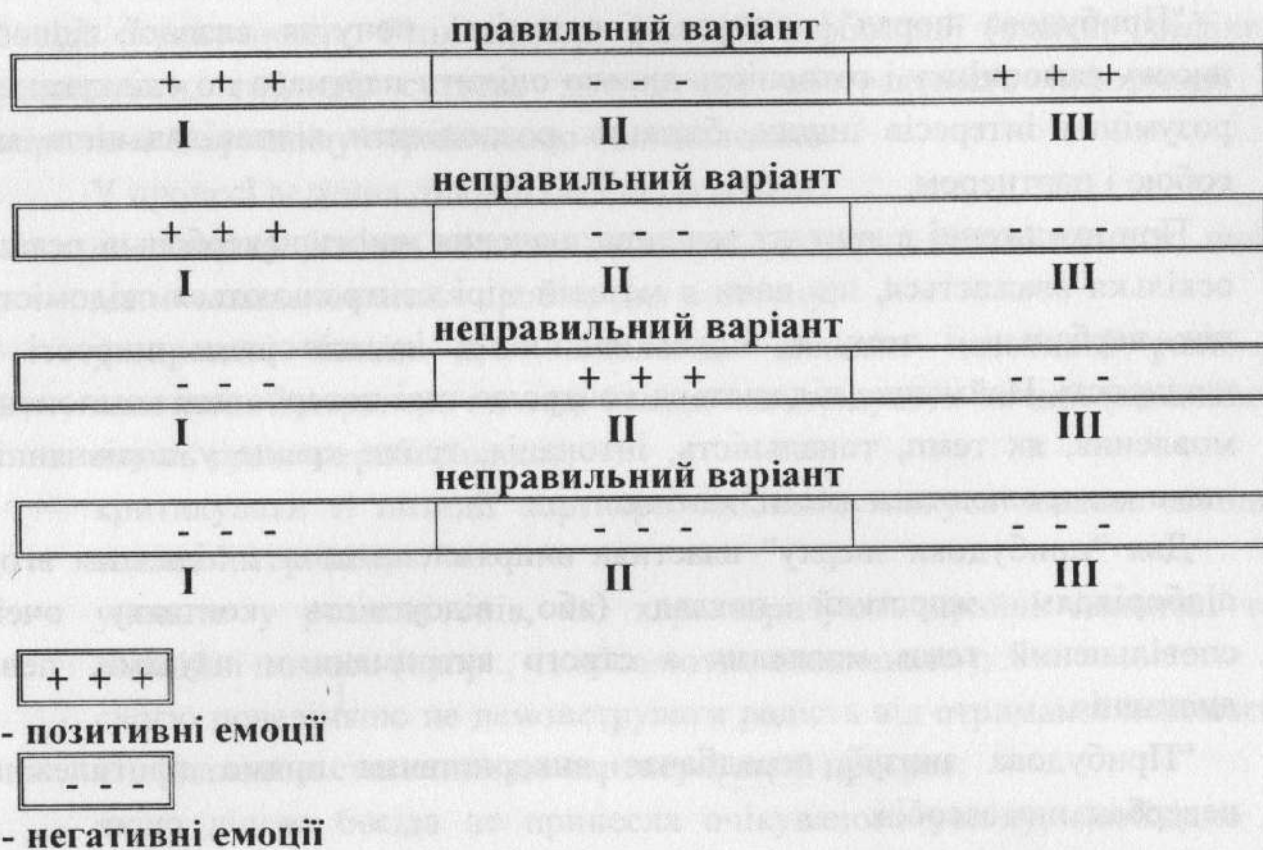


Рис.1. Динаміка зміни емоційних станів у залежності від різних варіантів техніки зауваження в процесі спілкування

Перша частина – підготовка емоційного фону для прийняття тієї неприємної інформації, що підготована для другої (основної) частини розмови. Отже, в першій частині розмови не слід торкатися основної мети, краще поговорити про речі нейтральні або навіть похвалити, якщо є така можливість, індивіда за що-небудь.

В другій частині обгрунтовується суто зауваження, його необхідність.

Проявом справжнього мистецтва спілкування, високої комунікативної компетентності психолога є перехід від другої до третьої частини



розмови, яку обов'язково слід закінчити в позитивній тональності. В цьому переході важливі не тільки слова, але й паузи, інтонація. Третя частина може бути побудована у різних формах. Наприклад, можна підбадьорити індивіда, висловити впевненість у його можливостях, у подальших професійних досягненнях.

У процесі професійного спілкування психолога з клієнтом виокремлюються певні етапи(стадії):

1.Прогностичний етап, який характеризується моделюванням ситуації спілкування і підготовкою до спілкування.

2.Організаційний етап, який характеризує початковий період безпосереднього спілкування з клієнтом, виявлення проблем.

3.Рефлексивний етап передбачає осмислення результатів початкового періоду спілкування, корекцію дій (в разі потреби) і моделювання подальших етапів роботи.

4.Реалізація планів стосовно вирішення проблеми в процесі взаємодії психолога і клієнта.

5.Аналітичний етап - рефлексія результатів спілкування, пошук нових шляхів комунікативної взаємодії у випадку, якщо проблеми не вдалося успішно вирішити.

Коротко проаналізуємо вищезгадані етапи процесу професійного спілкування .

Прогностичний етап є дуже важливим, оскільки попереднє планування майбутнього спілкування допомагає конкретизувати більш-менш достовірну картину спілкування, обрати відповідну методику соціально-психологічного впливу. Одночасно прогнозується можливе сприймання клієнтом самого психолога, оскільки від першого враження в значній мірі залежать результати подальшої взаємодії.

Не менш важливим і відповідальним є початок налагодження безпосередніх контактів, організація безпосереднього спілкування. Тут все має значення у поведінці психолога, його зовнішньому вигляді, спілкуванні, тому що надзвичайно важливим є ефект першого враження. В психології добре відомий цей ефект, який полягає в тому, що на основі першого враження про людину формується доволі стійкий стереотип її подальшого сприймання.

В процесі спілкування експектації комунікантів знаходять своє повне (часткове) підтвердження, або ж не підтверджуються і виникає взаємне

розчарування. Тому велике значення має етап рефлексії, визначення допущених помилок, пошук нових більш ефективних способів взаємодії психолога з клієнтом.

Четвертий етап, фактично, і є основним етапом професійного спілкування. Це – етап реалізації завдань вирішення проблеми, який передбачає конкретизацію спланованої заздалегідь моделі комунікативної поведінки в процесі спілкування, закріплення характеру відносин між психологом і конкретним клієнтом, активізацію участі клієнта у вирішенні проблеми.

Нарешті, останній етап – підведення підсумків комунікативної взаємодії, осмислення отриманих результатів, порівняння їх із передбачуваними, аналіз комунікативної поведінки клієнта і власної з точки зору реалізації мети і завдань спілкування.

В процесі спілкування важливу роль відіграє установка на спілкування - своєрідна програма дій і поведінки, стійка налаштованість на комунікативну діяльність, яка в значній мірі визначає відносини між психологом і клієнтом. Безперечно, психолог повинен намагатися сформувати у себе позитивну установку на спілкування, яка передбачає доброзичливе ставлення до людей, віру в їх слова. Іноді це нелегко зробити, тому що якийсь конкретний клієнт може викликати антипатію як людина, іноді доводиться спілкуватися з приводу необґрунтованих скарг клієнта, проте саме в цьому і проявляються особливості професійного спілкування, що фахівець не може дозволити собі прояви антипатії до клієнта.

Формуючи установку на майбутнє спілкування, слід враховувати наступні моменти:

- установка завжди повинна бути оптимістичною;
- негативна установка не дозволить встановити взаємовідносини з клієнтом, сприятливі для позитивного вирішення його проблем;
- установка на спілкування повинна оновлюватися перед повторними зустрічами з клієнтом.

Установка на спілкування з клієнтом формується з врахуванням загальних цілей професійної діяльності, її конкретних завдань на даному відрізку спілкування. Водночас установка відображає загальну професійну спрямованість особистості психолога, його ставлення до спілкування, творче самопочуття. Таким чином, установка визначається, з одного боку,

особистісним ставлення психолога до діяльності, клієнта, з іншого - реальними умовами та особливостями майбутнього спілкування, завданнями, які необхідно вирішувати.

Правильна психологічна установка на спілкування характеризується постійною готовністю до контакту з будь-яким клієнтом стосовно різних проблем, позитивними очікуваннями, готовністю досягти взаєморозуміння, а в разі потреби, продовжити спілкування під час наступної зустрічі.

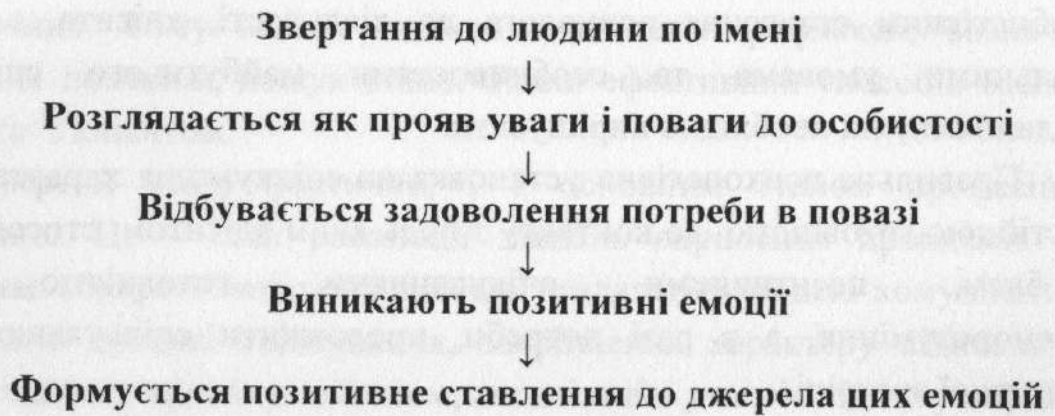
В ситуації професійного спілкування зазвичай мають місце три основних види впливів психолога на клієнтів: інформування, інструктаж, стимуляція.

Інформування впливає в основному на уявлення клієнта про те, які події слід очікувати в подальшому, як вони можуть розвиватися, які можливі наслідки обраного способу поведінки клієнта тощо.

Інструктаж має на меті дати поради клієнту щодо найбільш ефективних шляхів вирішення його проблем.

Найбільш складним видом впливу на клієнта є стимуляція, яка передбачає встановлення певних зв'язків між усвідомлюваними мотивами клієнта, його уявленнями про себе і наслідками очікуваних від нього дій. Причому стимулювання розраховано як на пристосування до мотиваційної сфери клієнта, так і на досягнення певних змін в її структурі. Ці зміни не можуть бути забезпечені тільки шляхом інструктажу та інформування. Не словесні повчання, а уміле включення клієнта в реальну діяльність дозволяє вирішити це нелегке завдання.

Ефективному спілкуванню сприяє використання прийомів атракції, серед яких слід назвати, перш за все, прийом власного імені. Психологами доведено, що людині приємно, коли до неї звертаються на ім'я. Це прояв уваги і поваги до особистості, її визнання. Позитивні емоції, які при цьому виникають, необов'язково усвідомлюються людиною. Але вони сприяють формуванню позитивного ставлення до того, хто використовує цей прийом, готовності до взаємодії, що можна представити схематично:



Позитивне емоційне ставлення викликає, як правило, доброзичлива, привітна посмішка.

Посміхатися, так би мовити “на замовлення” буває нелегко. І посмішка “на замовлення” може виявитися фальшивою. Але, якщо людині вдається в процесі спілкування справді щиро, невимушено, привітно посміхнутися (посмішка розуміння, підбадьорення, співчуття) – це теж важливий фактор формування позитивного ставлення до неї і, відповідно, досягнення ефективності у діловій взаємодії.

Майже повністю “обеззброює” більшість людей застосування такого цікавого психологічного прийому як комплімент. Комплімент – це, як відомо, незначне перебільшення існуючих достоїнств індивіда. Часто компліменти називають “золотими словами”.

Надзвичайно важливо у ситуації спілкування з людиною постаратися знайти щось позитивне у ній і на основі цього побудувати комплімент.

Винятковий ефект у спілкуванні мають компліменти на фоні антикомпліменту собі (фактично, це приклад згадуваної нами вище “прибудови знизу”). Психолог, який хоче завоювати довір’я і симпатію співбесідника, обов’язково повинен постаратися хоча б іноді зробити йому комплімент, який може стосуватися будь-якої дрібниці.

Якщо комплімент зроблено згідно правил, виникають позитивні емоції задоволення в людини, які переносяться на джерело цих емоцій – менеджера.

Не зважаючи на те, що прийом компліментів є надзвичайно ефективним засобом формування позитивного ставлення, його слід використовувати дуже обережно стосовно людей з завищеною самооцінкою, розбещених, байдужих, егоїстичних. Це не означає, що їм компліменти не потрібні, але почуття міри тут обов’язкове.

Дуже важливим є також такий психологічний прийом як “терпляче вислуховування” людини.

Відомо, що слухати і чути – це далеко не одне й те ж. До того ж, мало вислухати когось, почути, треба ще й осмислити, правильно інтерпретувати те, що він сказав, і те, що, можливо, хотів сказати.

Якщо психолог не вміє вислухати співбесідника, він несе подвійну втрату: зміст інформації і позитивне ставлення до себе з боку співбесідника.

Часто спостерігається значний ефект у взаємодії при поєднанні двох стилів слухання: нерефлексивного і рефлексивного. Нерефлексивне слухання – це прийом, який полягає в умінні вислухати індивіда, не перебиваючи його. Іноді це буває не дуже просто (особливо в тих випадках, коли один з комунікантів за типом темпераменту холерик, а інший – флегматик).

Але бувають ситуації, коли у людини виникає потреба “виговоритися”, висловитися до кінця, сказати, можливо, те, про що давно думалось, що найбільше хвилювало, пригнічувало, шукало виходу.

Звичайно, нерефлексивне слухання зовсім не означає, що психолог, спілкуючись з клієнтом, на протязі всього акту спілкування справді не вимовить жодного слова. Навпаки, деякі незначні, доречні репліки підбадьорять співбесідника, допоможуть йому краще висловити свою думку.

Нерефлексивне слухання допомагає у тих випадках, коли індивід через якісь причини відчуває труднощі у висловлюванні своїх думок. Він може говорити довго, незрозуміло, плутаючи, повторюючись. Складається враження, що він ніби навпомацки пробирається до основного, підходить до нього то з одного, то з другого боку, перевіряє реакцію співбесідника на кожен свій новий крок у словесному лабіринті, ніби вирішуючи для себе питання: а чи варто говорити далі?

Тут можна використати короткі репліки: “так”, “зрозуміло”, “цікаво” і т.п., які стимулюють людину до подальшого розвитку думки.

Ні в якому випадку недопустимі репліки: “чи не можна коротше”, “ближче до справи” і т.д.

Нерефлексивне слухання часто сприяє тому, що індивід розповідає навіть більше, ніж хотів спочатку.

Проте у багатьох випадках спілкування з метою налагодження взаємовідносин, взаєморозуміння недостатньо тільки нереклексивного слухання.

Наприклад, в індивіда немає бажання розмовляти, висловлюватися, виговорюватися, розповідати про свої проблеми. Він розмовляє скупко, неохоче. В таких випадках нереклексивне слухання не може бути ефективним.

Інший тип слухання – реклексивне, суть якого в активному вислуховуванні співбесідника, у використанні словесної форми для підтвердження того, про що говорить співбесідник.

Одним з ефективних прийомів реклексивного слухання є уточнення. Один з комунікантів час від часу перериває монолог іншого уточнюючими питаннями, що свідчать про його зацікавленість змістом розмови.

Такі питання-уточнення, питання-звернення стимулюють до більш повного, точного, виразного викладення суті проблеми.

Це можуть бути такі уточнення, як: "Поясніть, будь ласка, ще раз, що ви маєте на увазі", "Я не зовсім вас зрозумів" і т.п.

У реклексивному слуханні можна використовувати і такий прийом як "перифраз". Людина формулює думку, яку висловив співрозмовник своїми словами. Наприклад: "Отже, ви вважаєте, що...", "Якщо я вас правильно зрозумів, то...".

Це дуже допомагає у спілкуванні в багатьох випадках, активізує процес спілкування, змушує співрозмовників глибше вникати у зміст сказаного.

В той же час іноді цей прийом веде до негативних результатів. Наприклад, один з них – кінестетик, інший – візуаліст. Візуаліст може перефразувати те, що було сказано, але вже у візуальній модальності, а кінестетик тепер не може зорієнтуватися у перефразованому.

Ще один цікавий прийом реклексивного слухання, на який вважаємо за необхідне звернути увагу, – резюмування. Ефективним є застосування цього прийому тоді, коли бесіда продовжувалася довго, обсяг інформації був значний, але в процесі спілкування виникли певні непорозуміння, неспівпадання позицій.

Резюмування допомагає ніби об'єднати всі основні фрагменти в єдине смислове поле, дає можливість перевірити, чи правильно були сприйняті основні позиції.

Нерефлексивне (пасивне) і рефлексивне (активне) уважне вислуховування комунікантами один одного в процесі комунікативної взаємодії допомагає в значній мірі вирішувати проблеми взаєморозуміння, формування довір'я у відносинах.

Серед інших психологічних прийомів атракції, які допомагають завоювати довір'я, симпатії співрозмовника, можна назвати прийом обговорення улюбленого заняття, так званого "хобі", попередньо виявивши його.

І дорослі і діти, крім основного виду діяльності, як правило, мають якісь особисті інтереси, захоплення, яким віддають весь свій вільний час, іноді займаються улюбленою справою, забуваючи про свої основні обов'язки.

Одні з них захоплюються малюванням, другі спортом, треті колекціонуванням і т.д. Вони не тільки люблять ці види діяльності, але й годинами можуть розповідати про своє улюблене заняття. Якщо проявити інтерес до захоплення людини – партнера по діловому спілкуванню, набратися терпіння і вислухати інформацію про його колекцію марок чи успіхи у спорті, що, фактично, не має жодного відношення до справи – це позитивно буде сприйнято. Якщо ж при цьому той, хто прагне досягти успіху у спілкуванні, ще й підкреслить свою некомпетентність у даному виді діяльності, визнає переваги співбесідника, висловить бажання особисто ознайомитися з колекцією марок, позитивне ставлення до нього і успіх взаємодії буде забезпечено.

Техніка правильного ділового спілкування передбачає і відповідну просторово-часову організацію спілкування. Це означає, що кожний акт спілкування дає більший ефект в залежності від того, де і коли він мав місце. Наприклад, в деяких випадках спілкування ефективніше проходить в офісі, в інших – варто поспілкуватися десь на "нейтральній" території.

Часові координати спілкування доповнюють просторові і разом з цим - мають самостійне значення. Наприклад, спілкування психолога з працівниками ВНЗ, студентами може відбуватися під час роботи, на перерві, після закінчення роботи, або в конкретно призначений для цього час.

Часові координати мають важливе значення у спілкуванні з людьми, для яких властиві різні індивідуальні біоритми («жайворонки», «сови», «аритміки»). Малоєфективним виявляється спілкування з працівником-

«совою» зранку, внаслідок його пониженої працездатності, підвищеної дратівливості, млявості і т.п. в цю пору дня. Більш «відкритими» для спілкування такі люди зазвичай є в другу половину дня, в той час, як «жайворонки» – навпаки. «Аритміки» ж порівняно легко пристосовуються до зміни часу.

Таким чином, дуже важливо психологу уміти використати найбільш ефективно у кожному конкретному випадку особливості просторово-часової організації ділового спілкування.

В організації спілкування необхідно враховувати індивідуально-психологічні властивості партнерів по спілкуванню. Це, насамперед, стосується темпераменту, характеру. Особливості нервової системи зумовлюють властивості того чи іншого типу темпераменту, який в значній мірі визначає поведінку особистості. Відомий вчений Б.М.Теплов дуже влучно відмічав, що властивості нервової системи не визначають ніяких певних форм поведінки, але вони є тим ґрунтом, на якому легше формуються одні способи поведінки і важче – інші.

Особливої уваги вимагає спілкування з партнерами - меланхоліками, які належать до слабого типу нервової системи. Це надзвичайно чутливі люди, сором'язливі, несміливі, уникають контактів з оточуючими, відзначаються високим рівнем тривожності, важко пристосовуються до нових умов.

Саме стосовно таких людей слід проявляти максимум терплячості, доброзичливості, тактовності у спілкуванні. Дуже суворий тон, тим більше крик, є абсолютно недопустимим у спілкуванні з меланхоліками (навіть у випадку вчинення ними серйозного проступку, невиконання завдання).

Є певні особливості у спілкуванні з людьми, які належать до холеричного і флегматичного типів темпераменту.

Багато проступків холерика в значній мірі зумовлені властивостями його темпераменту. Такі люди відзначаються імпульсивністю, невтриманістю, конфліктністю. Вони не люблять тривалий час зосереджуватися на одному виді діяльності, працювати акуратно і доводити справу до кінця.

Спокійний, врівноважений, доброзичливий тон, терплячість, витримка дуже необхідні у спілкуванні з такими партнерами.

Стосовно флегматика, який відзначається повільністю у всьому, певною загальмованістю, схильний до лінощів, іноді виправданим буває



суворий тон, прояви обурення. Ні в якому випадку не можна дозволяти собі насмішки з приводу повільності флегматика.

Вимагають обережного ставлення у процесі ділової взаємодії і люди з акцентуаціями характеру.

Це питання вивчав німецький вчений К.Леонгард. Він довів, що людям з акцентуованим характером властивий надзвичайно сильний розвиток якоїсь однієї риси, яка стає домінуючою, гіпертрофованою і в деяких випадках має тенденцію до переходу в патологію.

Люди демонстративного типу акцентуації характеру зазвичай мають сформовану завищену самооцінку, відчувають постійну потребу в увазі і загальному визнанні. Вони дуже боляче реагують на свої невдачі, заздять успіху інших. Якщо не можуть досягти реальних успіхів в чомусь, то видумують їх.

Спілкування з людьми демонстративного типу акцентуації виявляється ефективним при вмілому поєднанні розумної вимогливості з похвалою, заохоченням, які мають дуже важливе значення для них. Похвала і заохочення повинні строго лімітуватися, використовуватися тільки у випадку конкретних досягнень, успіхів, а не надуманих.

Люди нестійкого типу акцентуації найчастіше не мають стійкої і чіткої самооцінки, власної лінії поведінки, відзначаються відсутністю наполегливості, відповідальності, цілеспрямованості навіть у процесі відпочинку, не кажучи вже про інші види діяльності. Вони безвольні і легко піддаються впливу інших людей.

У спілкуванні з людьми нестійкого типу акцентуації слід запропонувати чітку систему розумно організованих вимог, звертати велику увагу на постійний контроль за їх діяльністю, давати систематичну оцінку їх вчинкам.

В деякій мірі схожими на них є люди-гіпертими. Вони такі ж безвідповідальні, легковажні, необов'язкові, поверхові. Життя здається їм простим і безтурботним. Намагаються не звертати уваги на проблеми і своєчасно вирішувати їх.

З гіпертимами слід якомога частіше намагатися спільно аналізувати їх діяльність, критично розглянути досягнення і невдачі, спланувати роботу на найближчий період часу. Важливо переконати їх, що не все так легко дається в житті, як вони собі уявляють, показати на конкретних прикладах,

що легковажність і поверховість у виконанні якоїсь роботи часто не дозволяють людині досягти успіху.

Астенічний тип акцентуації характеру найчастіше формується на основі меланхолічного темпераменту під впливом значної вимогливості до людини з боку оточуючих і нездатністю її повністю відповідати цим вимогам. У них часто спостерігається депресивність, вони гостро потребують співчуття і підтримки з боку оточуючих.

Астенічний тип акцентуації вимагає особливої уваги. Основне завдання у спілкуванні з такими людьми – підтримати їх, змусити повірити у свої сили, можливості. Їх доцільно частіше хвалити у присутності інших.

Слід відзначити, що в процесі спілкування іноді можуть виникати бар'єри, які перешкоджають ефективній взаємодії. Їх можна поділити на технічні, міжмовні і соціально-психологічні. Останні є найважливішими в контексті теми нашого дослідження.

Технічні бар'єри виникають зазвичай через шумові перешкоди. Через їх дію зменшується здатність комуніканта чітко розрізняти корисні сигнали на шумовому фоні. Це найчастіше проявляється під час телефонного спілкування, використання комп'ютерної техніки.

Міжмовні бар'єри виникають внаслідок того, що сьогодні в світі налічується кілька тисяч мов і діалектів. При невідповідності мовних систем комуніканта і реципієнта неминуче виникає проблема міжмовних бар'єрів. Вона частково вирішується за допомогою невербальних засобів спілкування (якщо немає кваліфікованого перекладача), проте невербальні засоби не завжди є ефективними, оскільки в окремих випадках можуть бути витлумачені помилково. Намагання подолати цю суттєву перешкоду у міжкультурній комунікативній взаємодії проявляється у неодноразових спробах створити єдину світову мову, яка могла б стати платформою для подолання національної розрізненості, досягнення взаєморозуміння і довіри між народами. У зв'язку з цим навіть виник окремий науковий напрям – інтерлінгвістика. Було розроблено кілька проектів, з яких найбільш успішним виявився проект мови Есперанто. Перший навчальний посібник з есперанто побачив світ ще у 1887 році у Варшаві. Він містив принципові засади есперанто у викладі професора Л.Заменгофа. Пропонована система мови есперанто була досить простою для засвоєння її європейцями, оскільки до неї органічно ввійшли основні лексично-граматичні елементи романо-германських і славянських мов. На

сьогоднішній день фонд літератури на есперанто перевищує 100 тисяч назв. Таким чином, успішно реалізована інструментальна функція, заради якої ця мова створювалася. Правда, інші комунікативні, мислительні, національно-культурні функції для есперанто залишилися чужими. Сьогодні ця штучно створена мова існує, але вона не стала мовою міжнародного спілкування. На цю роль претендує англійська мова, якою сьогодні бажано володіти всім фахівцям..

До соціально-психологічних бар'єрів відносяться : естетичний, інтелектуальний, мотиваційний, моральний, емоційний.

Естетичний бар'єр може виникнути при першому ж контакті партнерів комунікативної взаємодії. Добре відомо, що перше враження про людину формується на основі оцінки її зовнішності (маються на увазі як природні зовнішні дані людини, так і одяг, вживання косметики тощо).

В ряді експериментів, проведених у нашій країні і за рубежом, було виявлено, що людина, яка недостатньо звертає увагу на свою зовнішність, оцінюється іншими людьми досить низько в цілому (інтелектуальні, моральні, вольові якості та ін.). Виняткове значення має зовнішній вигляд психолога, який постійно спілкується з людьми. Психолог, який є зразком бездоганного смаку, елегантності, охайності, мимовільно, можливо, підсвідомо, викликає симпатію, позитивне ставлення до себе з боку інших.

Спостерігаються випадки, коли естетичний бар'єр у спілкуванні виникає не тільки внаслідок недбалого ставлення психолога до свого зовнішнього вигляду, але й у випадку надзвичайної вишуканості вбрання, хизування дорогими прикрасами, зловживання косметичними засобами. Естетичний бар'єр може виникнути між комунікантами при різному сприйманні й оцінці творів мистецтва.

Крім естетичного, існує також інтелектуальний бар'єр спілкування. Інтелект – складне психологічне утворення, різні його сторони розвинені у кожної людини далеко не однаково, хоч в цілому в одних більш розвинений теоретичний інтелект, у інших – практичний, в одних – здібність до цілісного художнього пізнання світу, у інших – до його логічного розчленування і строго наукового відтворення. Внаслідок цього і виникають інтелектуальні бар'єри спілкування.

Інтелектуальні бар'єри можуть виникнути і в результаті різної швидкості інтелектуальних процесів у людей, які вступають у спілкування. Люди не тільки мислять, але і розмовляють з різною

швидкістю. Якщо психолог вимовляє більше двох-трьох слів в секунду, як правило, клієнти перестають його розуміти. Проте і дуже повільне мовлення може породити бар'єри у взаєморозумінні. Висока професійна компетентність одного із партнерів ділового спілкування і низька в іншого – теж є перешкодою до взаєморозуміння.

Слід відмітити можливість появи мотиваційного бар'єру у спілкуванні. Він з'являється тоді, коли співрозмовнику нецікаві ідеї, які висловлюються, вони не торкаються його власних інтересів, потреб, чужі йому. Проте, не тільки відсутність мотивації, але й її надлишок може зумовити нерозуміння між людьми. В психології існує так званий закон Йеркса-Додсона, згідно з яким підсилення мотивації на перших порах веде до росту ефективності діяльності, сприяє досягненню максимального успіху, а далі ріст рівня мотивації приводить до помітного спаду.

Цей ефект добре знайомий більшості людей: якщо людина занадто сильно чогось хоче, намагається зробити щось якнайкраще - результат може бути зовсім протилежний: все падає з рук, нічого не виходить. Якщо в процесі спілкування людина дуже хоче, щоб її зрозуміли, розділили її точку зору, вона починає хвилюватися, плутатися, мовлення стає нечітким, нелогічним.

Чи не найскладнішими серед вже названих є моральні бар'єри. Вони можуть проявитися, наприклад, в тому, що високоморальним людям, які хоч і досконально володіють всіма прийомами і засобами спілкування, важко буває знайти спільну мову з людьми нечесними, егоїстичними, підлими, кар'єристами, наклепниками, підлабузниками і т.п. Моральні бар'єри виникають між людьми при різному сприйманні й оцінці людьми тих чи інших дій, явищ.

Вченими була встановлена надзвичайно цікава закономірність. Виявляється, що моральні бар'єри у взаєморозумінні можуть виникнути і тоді, коли ми маємо справу з високоморальною людиною, без будь-яких вад, яку важко в чомусь звинуватити, зробити зауваження. Бездоганна у всіх відношеннях людина може бути незрозумілою для інших, викликати якщо не явну, то, можливо, приховану, підсвідому антипатію. В основі цього, очевидно, лежать психологічні механізми захисту цінності власної особистості зі всіма властивими їй недоліками. Людям важко усвідомлювати недосяжність ідеалу, ту величезну відстань, яка існує між ними і зразком. Отже, як не парадоксально, але занадто

багато позитивних якостей людини при повній відсутності негативних може зменшити її привабливість в очах інших, знизити її оцінку, вплинути на спілкування. Цей фактор теж слід враховувати у діловому спілкуванні, не намагатися вразити людей своїми існуючими і неіснуючими достоїнствами, показати свою зверхність.

Не можна не згадати і про емоційні бар'єри спілкування.

Гнів, агресивність, просто поганий настрій, звичайно ж, не сприяють кращому взаєморозумінню. Підвищена негативна емоційність може тільки ускладнити процес сприймання і взаєморозуміння. Проте виявляється, що й висока позитивна емоційність може негативно позначитись на спілкуванні. Перебуваючи під впливом приємних емоцій, можна втратити критичність сприймання вчинків, висловлювань інших людей. В такому стані навіть явно аморальний вчинок може засуджуватися не занадто строго, для його виправдання знаходяться найрізноманітніші причини.

Разом з тим не можна не відзначити, що підвищений емоційний тонус сприяє прискореному перебігу всіх психічних процесів, зокрема мислительних, покращує комунікативні здібності, робить людину більш привабливим співрозмовником.

Важко чітко визначити ту міру емоційності, яка б була оптимальною у спілкуванні. Багато що залежить від індивідуальних особливостей особистості, від специфіки ситуації спілкування. В кінцевому рахунку не окремі емоційні стани визначають можливості людського взаєморозуміння. Здатність психолога правильно реагувати на емоції та почуття полягає не тільки в тому, щоб витримкою відповідати на імпульсивність, а спокійним голосом – на крик. Головне – це уміння співпереживати і здатність зрозуміти іншу людину.

Вітчизняний учений В.Москаленко виокремлює також бар'єр «перенасиченості». Його суть полягає в тому, що інформація буде сприйматися позитивно за умови, коли кількість її передачі здійснюється в певних межах. Існують нижні і верхні межі, в яких інформація «працює». Нижня межа означає, що інформація повинна передаватися не менше певної кількості разів. Ця межа зумовлена необхідністю закріплення первинного повідомлення, врахування того, що воно могло бути не засвоєним з першого разу з різних причин (неувагою, недооцінкою), в тому числі і сприйманням цього повідомлення крізь призму попередньої інформації. Верхня межа означає, що інформація

повинна передаватися не більше певної кількості разів, тобто до певної міри. Коли ця міра порушена, відбувається так зване «перенасичення інформацією», вона сприймається негативно, тобто здійснюється протилежний результат впливу. Цю ж інформацію в разі необхідності можна передавати, але використовувати вже інші засоби .

Російський учений Є.Ільїн наголошує, що певні особистісні риси співбесідників теж можуть перешкоджати успішній взаємодії. Так, на перцептивному рівні спілкування негативно позначаються такі риси : невміння вникати в стан партнера по спілкуванню, неможливість сприймати світ очима іншої людини, стереотипізація сприймання людей і неадекватне сприймання якостей особистості, переважання у сприйманні іншої людини оціночного компонента; на комунікативному рівні – невміння обрати адекватну форму повідомлення, невиразність мовлення, тривалі паузи в мовленні, невідповідність вербальних і невербальних засобів при спілкуванні, низький потенціал комунікативного впливу; на інтерактивному рівні – невміння підтримувати контакт і виходити з нього, бажання більше говорити самому, ніж слухати інших, нав'язування власної точки зору іншим, невміння аргументувати свої пропозиції і зауваження .

Отже, для успішної комунікативної взаємодії необхідно знати основні бар'єри спілкування і намагатися уникати їх.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Погрібна В. Л. Соціологія професіоналізму: монографія / В. Л. Погрібна. – К.: Алерта, 2008. – 336 с.
2. James R. The Handbook of Student Affairs Administration / R. James. – San Francisco, CA: Jossey-Bass, 313 p.
3. Jordan G. Student Services / G. Jordan. – San Francisco, CA: Jossey-Bass, 357 p.
4. Bok D. Universities and the Future of America / D. Bok. – Duke Universities Press, 1990. – 136 p.
5. Буренкова О. М. Педагогические условия эффективности обучения в высших учебных заведениях США / О. М. Буренкова. – Казань: Центр инновационных технологий, 2000. – 110 с.
6. Зеер Э. Ф. Психология профессий: Учеб. пособ. для студентов вузов / Э. Ф. Зеер. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003. – 336 с.
7. Кулініч І.О. Психологія управління: підручник / І.О.Кулініч. – К.: Знання, 2011. – 415 с.
8. Москаленко В.В. Психологія соціального впливу: Навч.посібник / В.В.Москаленко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 448 с.
9. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений / Е.П.Ильин. – СПб.: Питер, 2001. – 576 с.
10. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологи / Б.Ф.Ломов. – М.: Наука, 1984. – 258с.
11. Каган М.С. Мир общения: Проблемы субъектных отношений / М.С.Каган. – М.: Политиздат, 1988. – 208с.
12. Соковнин В.М. О природе человеческого общения: Опыт философского анализа / В.М.Соковнин. – Фрунзе, 1974. – 128с.
13. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учеб. пособие / А.В.Соколов. – СПб: Изд-во Михайлова В.А.. 2002. – 461 с.
14. Філоненко М.М. Психологія спілкування: підручник / М.М.Філоненко. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 224 с.
15. Канюк О.Л., Козубовська І.В. Формування умінь ділового спілкування у майбутніх соціальних працівників / І.В.Козубовська, О.Л.Канюк. – Ужгород: УжНУ, 2008. – 140 с.
16. Жукова С.Л. Подготовка будущего специалиста к деловому общению в условиях обучения в техническом вузе: диссертация кандидата

педагогических наук: 13.00.08 / С.Л.Жукова. - М., 1987.- 168с.

17. Бороздина Г.В. Психология делового общения: учеб.пособие / Г.В.Бороздина. – М.: ИНФРА, 2000. – 224 с.
18. Жуков Ю.М. Эффективность делового общения / Ю.М.Жуков. – М.: Знание, 1998. – 64 с.
19. Жуков Ю.М. Диагностика и развитие компетенции в общении / Ю.М.Жуков. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 96 с.
20. Харченко Л.П. Ділове спілкування як одна з основних потреб людини/ Л.П.Харченко // Науковий вісник УжНУ. Серія «Педагогіка. Соціальна робота». – Ужгород, 2012. – Вип.24. – С.182-184.
21. Немов Р.С. Психология. Учеб. пособие для студентов высш.пед.учеб.заведений / Р.С.Немов. – М.: Просвещение, 1981. – 576с.
22. Хміль Ф.І. Ділове спілкування: навч.посіб. / Ф.І.Хміль – К.: Академвидав, 2004. – 280 с.
23. Аминов И.И. Психология делового общения / И.И.Аминов. – М.: Омега-Л. 2006. – 304 с
24. Панфилова А.П. Деловые беседы / А.П.Панфилова. – М.: Дело, 1989. – 159с
25. Чмут Т.К. Культура спілкування: Навч. посібник для студ. і викл. Вищих навч.закладів / Т.К.Чмут. – Хмельницький: ХІРУП, 1999. – 174 с.
26. Мицыч П.Н. Как провести деловую беседу П.Н.Мицыч. - М.: Экономика, 1987. – 207с.
- 27.Баукина С.А. Обучение коммуникативной тактике делового общения студентов экономического профиля: дисс. канд. пед. наук: 13.00.08 / Баукина С.А. - Саранск, 1999. - 130с.
28. Бодалев, А. А. Межличностное восприятие и понимание / А.А. Бодалев // Избранные труды. — М.: Педагогика, 1983. — 268 с.
- 29 Леонгард К.Акцентуированные личности / К.Леонгард . - К.: Вища шк., 1989. - 375 с.
- 30.Головаха Е.И., Панина Н.В. Психология человеческого взаимопонимания / Е.И.Головаха, Н.В.Панина. – К.: Политиздат, 1989. – 189с .
- 31.. Колкер Б.Г. Учебник языка эсперанто. Основной курс / Б.Г.Колкер. – М.: Наука, 1992. – 160 с.