

УДК 378.147

Н. Р. Барабанова, кандидат педагогічних наук, доцент, Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

СТРУКТУРНА ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНО-ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОФЕСІЙНІЙ СФЕРІ

Описується один з етапів дослідження характеристик професійної комунікації. Наводяться результати багатофакторного аналізу соціального та ділового аспектів взаємодії в цій сфері. Обґрунтовано необхідність чіткого структурування соціально-ділового аспекту професійної комунікації. Зазначено, що моделювання ситуацій соціально-ділової взаємодії, з урахуванням усіх описаних параметрів, сприятиме формуванню соціокомунікативної компетентності, соціалізації особистості у сфері професійної діяльності.

Ключові слова: *професійна сфера, соціально-ділова комунікація, моделювання ситуацій взаємодії.*

Н. Р. Барабанова, кандидат педагогических наук, доцент, Одесский национальный политехнический университет, г. Одесса

СТРУКТУРНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Описывается один из этапов исследования характеристик профессиональной коммуникации. Приводятся результаты многофакторного анализа социального и делового аспектов взаимодействия в этой сфере. Обоснована необходимость четкого структурирования социально-делового аспекта профессиональной коммуникации. Моделирование ситуаций социально-делового взаимодействия, с учетом всех описанных параметров, будет способствовать формированию социокоммуникативной компетентности, социализации личности в сфере профессиональной деятельности.

Ключевые слова: *профессиональная сфера, социально-деловая коммуникация, моделирование ситуаций взаимодействия.*

N. R. Varabanova, Candidate of Pedagogical Sciences, Odessa National Polytechnical University, Odessa

STRUCTURAL CHARACTERISTICS OF SOCIAL AND BUSINESS COMMUNICATION IN THE PROFESSIONAL SPHERE

This article describes the stages of the scientific research of the professional communication characteristics. The results of the multifactor analysis of the social and business aspects of interaction in this sphere are given. The conclusion on the necessity for the clear structuring of the social and business aspect of professional communication is made. Taking into account the above-mentioned parameter the author considers the modeling of social and business interaction situations will help to develop the communicative competence, the socialization of an individual in the sphere of the professional activity.

Key words: *professional sphere, social and business communication, the situations of interaction contacts.*

Постановка проблеми дослідження та її зв'язок із завданнями сучасної науки у сфері соціальних комунікацій зумовлені необхідністю вдосконалення компетентнісного підходу до підготовки молодих фахівців.

Проблема в тому, що бракує засобів професійної комунікації під час взаємодії в соціально-ділових ситуаціях (переговорах, ділових бесідах), реалізації управлінських дій, отримання й переробки інформації тощо.

Для продуктивної професійної діяльності вважаємо за необхідне вміти конструювати і використовувати засоби комунікативної дії, у виборі яких важливу роль відіграє усталений тип взаємовідносин у соціумі.

Отже, для вирішення проблеми соціалізації особистості в умовах трудової діяльності необхідні аналіз структурних характеристик професійної і соціально-ділової комунікації та синтез відповідних моделей.

Останні дослідження та публікації представників різних наук, у яких обговорюються питання, пов'язані з проблемою формування соціокомунікативної компетентності, дозволяють узагальнити деякі визначення і характеристики, насамперед соціальної та ділової форм комунікації.

У Словнику соціологічних термінів зазначено: «Соціальна комунікація (social communication) — це передача інформації, ідей, емоцій з використанням різноманітних засобів, включаючи засоби масової інформації, рекламу, PR тощо. Професійна і будь-яка інша діяльність людини значною мірою залежать від того, як вона володіє засобами соціальної комунікації».

Різні автори пропонують свої варіанти визначень цього поняття.

А. Урсул визначає соціальну комунікацію як «обмін інформацією між складними динамічними системами та їх частинами, які здатні приймати інформацію, узагальнювати її й конвертувати». М. Каган пише про «інформаційний зв'язок об'єктів взаємодії». Ще одне визначення — «спосіб діяльності, який полегшує взаємну адаптацію людей». А. Зверінцев і А. Панфілова підкреслюють наявність конкретної інформації, обміну нею в процесі передачі емоційного й інтелектуального змісту. А. М. Холод розглядає соціальну комунікацію з позицій психолінгвістики. Соціальні комунікації — це «передача інформації, ідей, емоцій за допомогою знаків, символів; процес, який пов'язує окремі частини соціальних систем одну з одною; механізм, за допомогою якого реалізується влада (влада, як спроба визначити поведінку іншої людини)» [5].

Дослідженню різних аспектів ділової комунікації присвячені численні наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів (О. А. Баєвої, О. Добряхіної, Б. З. Зельдович, Е. Н. Каменської, І. Н. Кузнєцова, Л. Д. Столяренко, В. В. Мегедь, Л. Г. Титової, Л. Р. Фіонової, Л. І. Чернишової, Д. Ягера та ін.).

Найчастіше для характеристики ділової комунікації використовується визначення, що описує її як «процес взаємодії ділових партнерів, спрямований на організацію й оптимізацію того або іншого виду предметної діяльності».

Немало зарубіжних і вітчизняних дослідників говорять про «ділове» спілкування, часто представляючи його як самостійну сферу, пов'язану переважно з комерційною діяльністю, описують різні форми спілкування, передусім у сфері бізнесу. Найтипівіші ситуації ділового спілкування (наради, засідання, круглий стіл, мозковий штурм, прес-конференція, комерційні переговори) проаналізовані в навчальному посібнику «Ефективна комунікація ділових людей» (Одеса, 2009).

У дослідженні виокремлюється думка про те, що стратегії соціально-ділових комунікацій передбачають використання однакових технологій, що враховують, окрім особистісних характеристик комунікантів, стандартні засоби, технології і канали комунікацій.

Мета статті – структурувати моделі соціально-ділової комунікації в професійній сфері діяльності.

Пропонуючи ввести до переліку компетентностей поняття «компетенція в *соціально-діловій комунікації*», ми прагнемо до об'єднання у визначенні цього поняття набору соціально зумовлених психологічних і комунікативно-мовленнєвих компонентів: потреб, мотивів учасників комунікації; програм комунікаційної діяльності, мовленнєвої компетентності кожного з комунікантів.

Щоб уніфікувати характеристики *соціально-ділової* комунікації, ми порівняли наявні визначення, узагальнили основні наукові положення, висунуті вченими в дослідженнях, присвячених соціальним комунікаціям, які вже стали новою офіційно визнаною науковою галуззю, описали моделі соціокомунікативних процесів у різних сферах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до мети дослідження, порівняли параметри соціальної й ділової комунікації, основні характеристики процесу соціальної і ділової активності в професійній сфері.

Останнім часом виходять друком підручники та навчальні посібники, в яких так чи інакше розглядаються й аналізуються різні аспекти соціального і ділового спілкування: комунікативні, інтерактивні, етичні, психологічні тощо.

Сучасна ділова активність у виробничій сфері, сфері бізнесу дедалі більше тяжіє не до спонтанних, випадково вибраних моделей соціально-ділового спілкування, а до продуманого використання такої техніки і технологій спілкування, котрі могли б гарантувати ефективний результат. Необхідно зважати й на те, що в яких би формах не виявлялося спілкування, воно є діловим, якщо його предметним змістом є соціально-значуща спільна діяльність.

У процесі порівняльного аналізу основних визначень соціальної і ділової комунікації виокремлено й узагальнено основні характеристики цих категорій (табл. 1–4).

По-перше, порівнюємо *зміст визначень* соціальної і ділової комунікації з метою їх уніфікації в межах професійної діяльності (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльний опис визначень понять

Наявні визначення понять	
Соціальна комунікація	Ділова комунікація
Універсальний соціокультурний механізм, орієнтований на взаємодію соціальних суб'єктів, відтворювання та динаміку соціокультурних норм і зразків взаємодії	Певна форма прояву спільної діяльності людей, орієнтована на інформування, сприйняття і взаємодію
Система суспільної взаємодії, яка передбачає певні шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримку контактів на основі професійно-технологічної діяльності	Взаємодія двох або більше людей, спрямована на узгодження й об'єднання їх зусиль з метою налагодження відносин і досягнення спільного результату в процесі професійної діяльності
Передача інформації, ідей, емоцій за допомогою знаків, символів	Особливий вид спілкування, для якого характерна взаємодія з метою обміну діяльністю, інформацією або впливом у різних сферах
Спосіб існування, трансляція соціального досвіду, комунікація між поколіннями як соціальними групами	Певна форма прояву спільної діяльності людей, спрямована на інформування, сприйняття і взаємодію
Усі форми інформаційного обміну між соціальними суб'єктами	Процес взаємодії ділових партнерів, спрямований на організацію й оптимізацію того або іншого виду предметної діяльності
Комунікативна діяльність людей у соціальному середовищі, яка формує соціальні відносини, зумовлена соціальними нормами й оцінками	Сфера взаємодії суб'єктів, пов'язана з професійною, соціальною, комерційною діяльністю та її результатами

Передача знань, переконань, взаємодія сторін, що мають певні (часто різні) цілі	Міжособистісне спілкування з метою організації й оптимізації того або іншого виду предметної діяльності: виробничої, наукової, комерційної, управлінської
Передача інформації від однієї системи (індивід, група, організація тощо) до іншої за допомогою спеціальних матеріальних носіїв, сигналів, і як процес соціальної взаємодії, спілкування в знаковому аспекті	Особливий вид спілкування, для якого характерна взаємодія з метою обміну діяльністю, інформацією або впливом
Передача повідомлень між будь-якими соціальними суб'єктами (індивідуальними, груповими, масовими)	Засіб для досягнення цілей професійної або соціальної взаємодії
Сутнісна характеристика самого суспільства (соціуму)	Предметно-цільова діяльність індивідів

Порівняльний аналіз визначень свідчить, що більшість науковців як у соціальній, так і в діловій комунікації передусім виокремлюють *форму* прояву спільної діяльності людей, «систему суспільної взаємодії, яка передбачає певні способи, засоби, принципи встановлення і підтримки контактів на основі професійно-технологічної діяльності». Дослідники відзначають те, що ділова комунікація, як і загалом соціальна, слугує для передачі інформації від людини до людини, від групи до групи, від організації до організації тощо, тобто для обміну — інформаційного, предметами діяльності або впливу. Важливо зазначити, що соціальна ділова комунікація функціонують у різних сферах діяльності — виробничій, науковій, комерційній, управлінській тощо.

Постає питання: у чому полягає відмінність *соціальної* комунікації від *ділової*? Якщо ділова комунікація скерована на «налагодження відносин і досягнення загального результату в процесі професійної діяльності», то справедливо зауважити, що і соціальна комунікація має таку саму спрямованість, реалізуючи «певні шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримку контактів на основі професійно-технологічної діяльності».

Відтак, можна дійти висновку, що характеристики ділової комунікації загалом збігаються з характеристиками соціальної комунікації.

Таблиця 2

Порівняльний опис видів реалізації соціальної і ділової комунікації

Види реалізації соціальної комунікації	Види реалізації ділової комунікації
Вербальна, невербальна (візуальна, екстралінгвістична)	Вербальна, невербальна
Міжособистісна, групова, публічна	Міжособистісна, групова, масова
Офіційна, неофіційна	Формальна, неформальна
Інформативна (пізнавальна, переконлива, дії)	Інформативна: пізнавальна, переконлива, така, що орієнтує на виконання певних дій
Експресивна, сугестивна, ритуальна	Експресивна, сугестивна, ритуальна
Соціалізації в новому культурному середовищі	Соціалізації в новій сфері діяльності
	Маніпулятивна
	Управлінська

Практично повний збіг позицій можна спостерігати і в узагальненні видів реалізації соціальної й ділової комунікації за такими відомими пунктами:

- типом аудиторії: міжособистісні (індивідуалізовані), спеціалізовані (групові); масові;
- джерелом повідомлення: офіційні (формальні), неформальні; додамо — ритуальні (наприклад, дотримання протоколу проведення церемонії);
- функціями: інформативні, реактивні, переконливі тощо;
- каналами передачі: вербальні; невербальні;
- напрямом потоку інформації: вертикальні, горизонтальні.

Отже, за видом реалізації соціальна і ділова комунікації збігаються.

Предметом соціально-ділової комунікації в будь-якій сфері діяльності виступає конкретна дія (діяльність), а основними завданнями комунікантів — продуктивна співпраця, прагнення до зближення цілей, отримання достовірнішої інформації, поліпшення партнерських стосунків.

Водночас, *об'єкти* соціально-ділового спілкування можуть бути представлені в науці, мистецтві, релігії, політиці, економіці й багатьох інших сферах людських відносин.

Засобами вираження особистісних настанов комунікантів у будь-якій сфері спілкування традиційно визнано вербальні й невербальні знакові системи, що дозволяють реалізувати наміри комунікантів у

різних видах комунікації (мовленневих і немовленневих, поведінкових), згідно зі сферою, ситуацією, професійним тезаурусом, етикетом поведінки і цілями взаємодії.

Порівнюємо варіанти визначення цих засобів, які трапляються в описах ситуацій соціальних і ділових комунікацій.

Таблиця 3

Порівняльний опис засобів вираження змісту в соціальних і ділових комунікаціях

Соціальні комунікації	Ділові комунікації
Вербальні і невербальні знакові системи	Професійні мовленнєві конструкції (поняття, терміни, спеціальні вислови)
Етикет соціокультурних контактів	Діловий етикет
Стереотипи поведінки, прийняті в суспільстві	Фірмові стандарти професійних, ділових, міжкультурних комунікацій

Як можна помітити, деякі відмінності в засобах вираження змісту співвідносяться, як і розглянуті вже категорії, тільки з конкретними ситуаціями і цілями, але не із загальними параметрами комунікаційного процесу.

Напевно, найбільша різноманітність спостерігається у визначенні *технологій соціальної і ділової комунікації* (або спілкування). Це можна спостерігати, аналізуючи, наприклад, назви статей у спеціальних часописах, Інтернеті, методичних рекомендаціях, навчальних програмах тощо. Узагальнюючи найчастіше повторювані, наведемо такі визначення: «технології ділового спілкування», «технології спілкування в ділових ситуаціях», «технології соціального і ділового спілкування», «технології соціально-культурної діяльності», «технології соціально-ділових відносин».

Що конкретно визначає наявність тих або інших технологій? І які саме технології досліджуються? Окрім наведених у літературі етикетних і мовленневих форм взаємодії, незалежно від сфери діяльності, технології спілкування пов'язують з уміннями вибудовувати і підтримувати соціальні й ділові контакти, використовуючи в комплексі психофізіологічні, соціально-психологічні, комунікативні, лінгвістичні знання, уміння і навички. Без сформованих таким чином навичок, які є основою комунікативної компетентності, взаємодія неможлива.

Розвиток комунікативної компетенції, можливості соціалізації особистості пов'язані із сучасним станом *соціально-інформаційних технологій*, під якими розуміються, як уже зазначалося, способи вирішення практичних завдань, що передбачають систему пізнаваль-

них процедур і практичних дій, які реалізуються за допомогою певних технічних засобів і спрямовуються на зміну соціальних об'єктів відповідно до заданих цілей.

Ще один параметр для порівняння, що часто трапляється в науковій літературі, — *комунікативні функції* (табл. 4).

Таблиця 4

Порівняння функцій соціальних і ділових комунікацій

Функції соціальних комунікацій	Функції ділових комунікацій
Інформаційно-комунікативна	Інформаційно-комунікативна
Соціалізації (зміни характеристик особистості під впливом суспільства)	Соціалізації в трудовому колективі
Регуляційно-комунікативна (контроль поведінки й емоцій)	Організаційна (регуляції виробничих процесів)
Взаємосприйняття та взаємодії	Управлінська

Отже, порівняльний аналіз різних характеристик соціальної й ділової комунікації в професійній сфері діяльності надає можливість використовувати уніфіковане поняття «соціально-ділової комунікації» для опису основних комунікативних процесів у професійній сфері [2].

Визначено значну міру спільності, а в окремих випадках — тожності комунікативних характеристик порівнюваних понять. Це пов'язано, на нашу думку, з тим, що необхідність спілкуватися для всіх членів соціуму виявляється в різних сферах діяльності, а конкретніше — у ситуаціях обговорення ідей, дій, ділових ситуацій, предметів діяльності.

Проте в процесі моделювання конкретних ситуацій, безумовно, виникатиме необхідність урахування засобів їх реалізації залежно від сфери і цілей взаємодії, мотивів учасників, форми спілкування, рольових і мовленнєвих характеристик комунікантів.

Таким чином, можна підсумувати:

- термін «соціально-ділова комунікація» може бути введено до системи понять, що визначають характеристики соціальної взаємодії в процесі встановлення та підтримки виробничих і ділових контактів у професійній сфері;
- під соціально-діловою комунікацією маються на увазі інтеграційні контакти індивідів та груп, об'єднаних спільною справою (діяльністю), співпраця з метою досягнення взаєморозуміння, ґрунтованого на спільності культурних, професійних і соціальних цінностей [3];

- моделювання ситуацій соціально-ділової взаємодії, з урахуванням усіх описаних параметрів, сприятиме формуванню (розвиткові) соціокомунікативної компетентності, а, відповідно, і соціалізації особистості в різних сферах і, передусім, у професійній діяльності.

Список використаних джерел

1. Барабанова Н. Р. Устноречева коммуникация / Н. Р. Барабанова // Основы теории коммуникации : учебник / [под ред. проф. М. А. Василика]. — М. : Гардарики, 2003. — С. 224–259.
2. Барабанова Н. Р. Письменноречева коммуникация / Н. Р. Барабанова // Основы теории коммуникации : учебник / [под ред. проф. М. А. Василика]. — М. : Гардарики, 2003. — С. 260–295.
3. Барабанова Н. Р. Соціально-ділова компетентність сучасного фахівця: проблеми розвитку та моделювання / Н. Р. Барабанова // Вісн. Харків. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Харків : ХДАК, 2012. — Вип. 38. — С. 258–268.
4. Барабанова Н. Р. Ефективна комунікація ділових людей (типові комунікативні ситуації) : навч. посіб. / Н. Р. Барабанова, В. Г. Спрінсян. — Одеса : Друк, 2009. — 102 с.
5. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз / О. М. Холод. — Львів, 2011. — 288 с.

References

1. Barabanova N. R. Ustnorechevaia komunikatsiia / N. R. Barabanova // Osnovy teorii komunikatsii : uchebnik / [pod red. prof. M. A. Vasilika]. — M. : Gardariki, 2003. — S. 224–259.
2. Barabanova N. R. Pismennorechevaia kommunikatsiia / N. R. Barabanova // Osnovy teorii komunikatsii : uchebnik / [pod red. prof. M. A. Vasilika]. — M. : Gardariki, 2003. — S. 260–295.
3. Barabanova N. R. Sotsialno-dilova kompetentnist suchasnoho fakhivtsia: problemy rozvytku ta modeliuvannia / N. R. Barabanova // Visn. Kharkiv. derzh. akad. kultury ; zb. nauk. pr. — Kharkiv : KhDAK, 2012. — Vyp. 38. — S. 258–268.
4. Barabanova N. R. Efektyvna komunikatsia dilovykh liudei (typovi komukatyvni sytuatsii) : navch. posib. / N. R. Barabanova, V. G. Sprinsian. — Odesa : Druk, 2009. — 102 s.
5. Kholod O. M. Sotsialni komunikatsiii: sotsio- i psykholinhvistychnyi analiz / O. M. Kholod. — L'viv, 2011. — 288 s.

UDC 378.147

STRUCTURAL CHARACTERISTICS OF SOCIAL AND BUSINESS COMMUNICATION IN THE PROFESSIONAL SPHERE

Barabanova N.R. Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Odessa National Polytechnical University, Odessa
proffice@ukr.net

The aim of this paper is to give the structural characteristics of social and business communication models in the professional activity.

This article describes one of the studying stages of professional communication

characteristics. The results of multifactor analysis of social and business aspects of the interaction in this sphere are given.

Research methodology. The results of theoretical data analysis show that the majority of scientists identify social and business communication with the acquiring information, its spreading, effects and their apprehension in the process of professional activity.

Results. The author comes to conclusions that clear structural characteristics of social and business aspect of professional communication is of vital importance. In this paper the conception of “the competence in social and business communication” is suggested to be put into practice.

The author tries to unite the variety of socially dependent psychological and communicative-speaking components in the definition of this conception such as requirements, motives of communicating partners, programmes of communication activity which are in accordance with the sphere, purpose, technologies of business interactions, special competence of each communicator.

Novelty. The possibility of the definition and usage of “social and business communication” conception is given in the tables that demonstrate the results of comparative analysis of different characteristics of business and social communication in the professional sphere.

The practical significance. The author considers that the modeling of social and business interaction situations will help to develop the communicative competence, the socialization of an individual in the sphere of the professional activity.

Key words: *professional sphere, social and business communication, the situations of interaction contacts.*

Надійшла до редколегії 13.04.2015 р