

КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПЕДАГОГА: ТЕОРІЯ

Педагогічна діяльність вимагає від учителя як одного з головних суб'єктів навчального процесу високого рівня комунікативних умінь, адже комунікація в педагогічному процесі фактично втілює функцію соціалізації молоді. На вчителя покладено низку навчальних та виховних завдань, розв'язання яких можливе лише за умови специфічно організованого процесу спілкування.

У зв'язку з цим постає питання щодо комунікативної компетентності педагогів як неодмінної передумови їхньої професійної діяльності. Саме тому для вчителів (у першу чергу як працівників «сфери спілкування») дуже важливою є можливість застосувати у своїй роботі різні комунікативні форми та методи. Для реалізації цих завдань учителям необхідно володіти якомога більшим обсягом інформації щодо історичного та соціокультурного аспектів спілкування, вміти класифікувати типи спілкування, знати його основні механізми, тобто мати як інструментарій комунікаційні моделі.

ПОНЯТТЯ «СПІЛКУВАННЯ»

Спілкування — складний процес взаємодії між людьми, тобто обмін інформацією, а також взаємосприйняття та взаєморозуміння партнерів по спілкуванню.

Вітчизняний психологічний підхід до розуміння спілкування містить низку аспектів: *зміст, мета і засоби*.

Змістом спілкування є певна інформація (у тому числі невербальна), яка в міжособистісних контактах передається від однієї живої істоти до іншої. Змістом можуть бути відомості про внутрішній стан суб'єкта (емоційний), інформація про зовнішнє середовище.

Метою спілкування є відповідь на запитання: «Навіщо певна особа здійснює спілкування?» У тварин мета спілкування зазвичай не виходить за межі актуальних для них біологічних потреб. У людини ця мета може бути різноманітною: засоби задоволення соціальних, культурних, творчих, пізнавальних, естетичних і багатьох інших потреб.

Засоби спілкування — це способи кодування, передавання, переробки і розшифрування інформації, що передається в процесі спілкування від однієї істоти до іншої. Кодування інформації — це спосіб її передавання. Інформація між людьми може передаватися за допомогою органів чуття, мовлення та інших знакових систем, писемності, технічних засобів записування та зберігання інформації.

Спілкування, взаємодія, комунікація

Складна структура взаємин між людьми містить безліч елементів. Початковою сходинкою є найпростіше сприйняття (наприклад, дерев, людей, потоків інформації). Після того, як людина або група людей сприйняли інформацію, вона аналізується й опрацьовується. Наступна сходинка — фаза спілкування з іншими людьми з приводу отриманої інформації (наприклад бесіда). Вона може завершитися спільними діями або взаємодією. Наприклад, приятелі після бесіди вирішують разом піти на дискотеку.

Поняття «соціальна взаємодія» є ширшим, ніж поняття «міжособистісні контакти» або «спілкування». Соціальна взаємодія має на увазі відбиття соціальних норм і цінностей у свідомості індивіда, його реальну дію на основі осмислення цих норм і цінностей, тоді як звичайні, повсякденні особистісні контакти

(наприклад, прохання до члена сім'ї вимкнути світло або відчинити вікно) можуть бути лише актом передавання інформації та зовнішньої реакції на неї якого-небудь соціального контексту.

Такий спрощений розгляд дає можливість вирізнити чотири основних елементи соціальних, у тому числі й міжособистісних, взаємин:

- сприйняття;
- комунікація;
- спілкування;
- взаємодія.

Облишимо на деякий час проблему сприйняття (вона заслуговує на спеціальний розгляд) і докладніше розглянемо дві наступні фази, а саме комунікацію та спілкування. Обидва терміни зазвичай вважають синонімами, але їх можна й розрізнити, вважаючи, що комунікація відображає техніко-інформаційний, а спілкування — соціальний процес.

Що спільного між записом у щоденнику, перегляданням телепередачі, бесідою з друзями, розмовою по телефону і вивченням меню? Усе це — форми комунікації. Підраховано, що люди витрачають на комунікацію більше часу, ніж на будь-яку іншу діяльність. Проте більшість людей навряд чи зможе дати визначення поняттю «комунікація».

Комунікація — це технічний процес обміну інформацією між двома й більше індивідами (або групами індивідів). Коли йдеться про комунікацію, нас перш за все цікавить те, в який спосіб передається інформація.

Спілкування — це соціально-психологічний процес взаємодії двох і більше людей із приводу повідомленого. Люди, на відміну від телефонного апарата, не просто передають інформацію: вони її формують, уточнюють, розвивають, спотворюють, переживають і реагують на повідомлене.

Розглянемо процес спілкування як обмін інформацією.

Спілкування між людьми не можна розглядати як передавання інформації однією системою та її прийом іншою системою, тому що — на відміну від простого «руху інформації» між двома пристроями — у цьому випадку спостерігаються взаємини двох індивідів, кожний з яких є активним суб'єктом цього спілкуван-

ня. Крім цього, кожний учасник комунікативного процесу припускає також активність і свого партнера: він не може розглядати партнера як певний об'єкт. Інший учасник також є суб'єктом спілкування. Можна дійти висновку: спрямовуючи одному з учасників спілкування певну інформацію, на нього необхідно орієнтуватися, тобто враховувати його мотиви, мету, настанови (окрім, зрозуміло, аналізу власної мети, мотивів, настанов), «звертатися» до нього.

Під час спілкування як комунікативного процесу відбувається активний обмін інформацією між людьми. Для кожного учасника спілкування особливу роль має значущість інформації — як тієї, яку відправляють, так і тієї, яку приймають. Інформація набуває значущості завдяки тому, що люди не лише обмінюються певними значеннями, але й намагаються виробити загальне значення. Це, у свою чергу, стає можливим лише за умови, коли один із суб'єктів спілкування не тільки приймає інформацію, але й сприймає її, тобто розуміє та осмислює. Сутність спілкування як комунікативного процесу — не тільки у взаємному інформуванні, а й у спільному усвідомленні предмета обміну інформацією.

Обмін інформацією між людьми обов'язково припускає вплив на поведінку партнера. Комунікативний вплив — це психологічна дія одного комуніканта (тобто учасника процесу комунікації) на іншого з метою зміни його поведінки. Ефективність комунікації залежить від того, наскільки вдалася ця дія. Це означає зміну самого типу взаємин, який склався між учасниками комунікації. Нічого подібного не відбувається під час суто інформаційних процесів.

Спілкування між людьми відбувається в декількох основних формах. Залежно від засобу передавання інформації розрізняють два види спілкування:

- мовленнєве (вербальне) — за допомогою слів і звуків;
- немовленнєве (невербальне) — за допомогою міміки та жестів.

Людство винайшло безліч видів і способів комунікації. Це усне та письмове мовлення, штучні мови на зразок азбуки Морзе, мови комп'ютерного програмування, а також технічні види зв'язку: радіо, телеграф, телебачення. Штучні помічники людини

значно перевершують природні в засобах, швидкості та обсязі інформації, що передається.

Людське мовлення, тобто звукове мовлення,— це система фонетичних знаків, що містить лексичний і синтаксичний елементи. Розмовне мовлення за сотні тисяч років удосконалилось як за своїм змістом, так і за технічними способами вимовляння звуків, ускладнилися граматики й семантика мовлення, прийоми ораторської майстерності. Мови багатьох народів стали більш звучнішими, виразнішими, різноманітнішими. Мовлення — найуніверсальніший засіб спілкування в людському суспільстві.

Форми спілкування залежно від характеру й змісту:

- службове (ділове);
- повсякденне (побутове);
- переконливе;
- ритуальне;
- міжкультурне (міжетнічне) тощо.

Майже всім видам людського спілкування властива емоційна й суб'єктивна упередженість (наприклад зізнання в коханні). Упередженість виявляється в різних сферах життя: релігійні та національні упередження, стереотипи, забобони, обивательська думка, різноманітні чутки, що існують у навколишньому світі,— все це є емоційно-оцінною інформацією, яка може відігравати не тільки позитивну, але й негативну роль (наприклад анонімка, тобто повідомлення зазвичай помилкової інформації без зазначення її автора).

У своїх пристрастях можна непомітно перетнути межу розумного (дитину можна хвалити, але можна її й захвалювати; можна встановити в класі сувору дисципліну, а можна — паличну та ін.). Постійний перекис — у позитивний або негативний бік — завжди має шкідливі наслідки. Учні, яких хвалять батьки, вчителі та однолітки, швидше за все, матимуть високу самооцінку, а ті, яких усі критикують або ображають,— низьку. У перших поступово формується відчуття переваги й зарозумілість, а в других — комплекс неповноцінності.

Роботодавці цінують тих співробітників, які добре ладнають з іншими людьми, правильно сприймають критику, є чесними та відкритими. Такі люди виростають із дітей, яких в сім'ї і в шко-

лі не перехвалювали та не принижували. Якість сімейного виховання обумовлює якість усього подальшого життя людини. Психологи — консультанти з родинних проблем — підкреслюють важливість відвертого, щирого спілкування вдома. У вдалих сім'ях родичі вільно говорять як про позитивні емоції (любов, радість), так і про негативні (гнів, страх, розчарування).

Важливою складовою емоційного спілкування є *емпатія* — здатність бачити світ очима іншої людини, розділяючи радість і горе, які та переживає. Емпатія — це, по-перше, чутливість до емоційних потреб іншої людини, уміння зрозуміти мовленнєве та немовленнєве виявлення почуттів (слова, дотики, інтонації, жести), а також готовність розділити ці почуття. По-друге, це вміння відповісти на емоційну потребу в такий спосіб, який є доречним і дієвим для співрозмовника.

Спілкування може бути діловим, побудованим на переконливій інформації. Таке спілкування втілюється в наказі, пораді, проханні та розраховане на те, щоб стимулювати до певної дії. На цьому підґрунті формується наказова й бюрократична лексика, тактика виборчих кампаній, популістська риторика (мистецтво переконання за допомогою мовлення). Тут учасники комунікації особливим чином впливають одне на одного, орієнтують, переконують, тобто прагнуть досягти певної зміни в поведінці співрозмовника.

Класифікація видів комунікації

Комунікацію можна класифікувати за різними критеріями. Залежно від засобів мовлення, які використовуються під час передавання повідомлення, комунікацію (як і спілкування) поділяють на вербальну та невербальну.

Під час вербальної комунікації використовують звукове мовлення — систему фонетичних знаків, яка містить два елементи: лексичний і синтаксичний. Мовлення є найуніверсальнішим засобом спілкування, що найадекватніше передає значення повідомлення.

Невербальна комунікація пов'язана з використанням не тільки жестів і рухів, але й предметів і малюнків (наприклад дорожніх

знаків і світлофорів, релігійних символів, національної та державної символіки). Приблизно 30 % населення Землі у віці старше ніж 15 років є неписьменними. Для спілкування вони використовують не писемне, а усне мовлення, а також невербальні символи та знаки.

За метою, намірами й мотивами спілкування можна класифікувати як певні види комунікації. Розглянемо їх докладніше.

Інформативна комунікація — це процес передавання інформації про світ, в якому живуть комунікатор (той, хто передає інформацію) і реципієнт (той, хто приймає інформацію). Очікується, що інформаційні повідомлення є правдивими, несуперечливими й неупередженими щодо обговорюваної проблеми. Наприклад, передбачається, що спортивні результати або прогноз погоди в різних газетах будуть однаковими. Так само правдивими й об'єктивними повинні бути відомості в підручниках і наукових монографіях, що містять важливу інформацію для сучасного та прийдешніх поколінь. Існують певні санкції щодо порушників і способи контролю за достовірністю інформації: зокрема за брехливу інформацію автора публікації можуть притягнути до суду, а в редакціях засобів масової інформації часто зберігають оригінали документів, що стали підставою для певної публікації. Так само апарат посилянь у науковій статті дозволяє будь-якому читачеві ще раз перевірити викладені в цій статті факти. Інформативна комунікація переважає в сучасному світі розвинених технологій.

Помічено, що чим старшою є людина, тим більшою мірою вона тяжіє до об'єктивної інформації, і навпаки. Тому можна зазначити, що дитинство — це світ *афектно-оцінної інформації*. Пояснюється це тим, що діти дуже залежні й менш захищені, вони постійно потребують емоційної підтримки, дружньої та матеріальної опіки. Маленьких дітей хвалять набагато частіше й за дрібніші досягнення, ніж підлітків або дорослих. Сучасна педагогіка взагалі вважає, що в школі слід застосовувати переважно позитивні санкції: чим більше хвалять дитину, тим краще вона засвоїть навчальний матеріал.

Щоправда, на відміну від першого, інформаційного, виду комунікації, афектно-оцінна інформація дуже неоднозначна.

Факт не можна зробити більш або менш об'єктивним або правдивим. Факт залишається фактом. Але оцінку або вираження почуття можна зробити більш або менш сильними.

Рекреативна комунікація містить творчу, розважальну, чарівну, гумористичну та іншу інформацію, яка допомагає людині розслабитися, відпочити, полинути кудись уявою і мріями, пофантазувати. Це поняття походить від слова «рекреація» (лат. recreatio — відновлення), що означає: 1) свята, канікули, перерва в школі (застарілий вираз); 2) приміщення для відпочинку в навчальних закладах; 3) відпочинок, відновлення сил людини, витрачених у процесі праці.

Під час цього типу комунікації люди створюють уявні ситуації та передають одне одному інформацію про них — змушують інших повірити в те, що повідомляється. Вони читають художню літературу, переглядають фільми, відвідують театральні вистави.

Переконлива комунікація міститься в наказі, пораді, проханні й розрахована на те, щоб стимулювати до якоїсь дії.

У процесі переконливої комунікації люди намагаються вплинути на переконання та дії інших людей: батьки впливають на дітей, діти впливають на батьків, друзі впливають одне на одного, агітатор впливає на думки слухачів та ін.

Переконливим може бути не тільки спілкування, але й комунікативний процес. Реклама на міських стендах, у газетах, на телебаченні також є різновидом переконливої комунікації. Хоча газети сьогодні вважають засобом інформативної комунікації, однак близько 65% їхнього вмісту складає очевидна й прихована реклама. Дорогою на роботу та додому людей усюди супроводжує реклама.

Переконливого впливу людина зазнає змалечку. Діти плачуть, посміхаються, пхикають, скаржаться, прагнучи вплинути на батьків, переконати їх у чомусь, привернути увагу й викликати відповідні дії дорослих. Переконливе спілкування перетворюється на спосіб маніпулювання поведінкою інших людей. Навіть лексика культурного діалогу підпорядковується тій самій меті. Коли ми посміхаємось або дякуємо, то мимоволі розраховуємо на позитивне ставлення до себе з боку співрозмовника. Зовнішній вигляд також виконує функцію переконання: неохайний — може

відштовхнути, охайний — викликати позитивні емоції. Тій самій меті підпорядковані будь-які знаки уваги на будь-чиюсь адресу (привітання, подарунки, квіти, послуги тощо). Для таких професій, як юрист, комівояжер, політик, бізнесмен, педагог, знання та використання прийомів переконливого спілкування є обов'язковим.

Ритуальна комунікація — це процес дотримання соціально запропонованої поведінки.

Коли до класу заходить викладач, учні підводяться. Коли незнайомі військові зустрічаються на вулиці, вони вітають одне одного, прикладаючи руку до козирка. Знайомі люди вітають одне одного рукоштовкуванням, підняттям капелюха або словами. Доповідача, виступ якого сподобався аудиторії, вітають оплесками. Порушення норм ритуальної комунікації спричиняє труднощі під час спілкування, а порушники викликають зазвичай здивування або несхвалення.

Дитину, яка не може розпізнати, коли решта дітей жартують, або занадто болісно реагує, коли її дразнять, або не бере участі в спільних з іншими дітьми іграх, однієї вважають дивною. Дорослі, які здаються занадто суворими в неформальній обстановці або занадто розв'язними в офіційній, навряд чи стануть бажаними гостями або партнерами.

Частиною ритуальної комунікації є вміння домовлятися, представляти своїх супутників, запрошувати до телефону, правильно поводитися за столом, говорити по черзі під час колективної бесіди, не перебивати інших, цікавитися тим, що повідомляє співрозмовник, погоджуватися з думкою решти людей, обмінюватися ролями ведучого і веденого в діалозі тощо.

Під час *письмової комунікації* люди намагаються відповідати нормам ритуальної комунікації: особисті та ділові листи розпочинаються з увічливого звертання, норми якого різняться в різних країнах; передбачається обов'язкова однозначність викладених текстів; що стосується запрошень і відповідей на них, то їх складають за загальноприйнятою формою.