

УДК 811.161.2:37.091.33

<http://orcid.org/0000-0002-5736-2286>

**ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДИКИ АКТИВНОГО СЛУХАННЯ ДЛЯ
ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ-
ЕКОНОМІСТІВ НА ЗАНЯТТЯХ З УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ
(ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)**

Кириченко Ю. С., канд. філол. наук (Харків)

Важливою метою курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)» для вищих навчальних закладів, які здійснюють підготовку фахівців за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра, є формування у студентів комунікативної компетенції та компетентності у професійній сфері. У пояснювальній записці програми Міністерства освіти і науки України із цієї дисципліни зазначено, що у її викладанні «акцент переноситься з традиційної настанови – засвоєння відомостей про літературні норми усіх рівнів мовної ієрархії – на формування навичок професійної комунікації, студіювання особливостей фахової мови, на розвиток культури мови, мислення і поведінки особистості» [8: 15]. Прослухавши курс, студенти зокрема повинні навчитися «правильно використовувати різні мовні засоби відповідно до комунікативних намірів; влучно висловлювати думки для успішного розв'язання проблем і завдань у професійній діяльності» [8: 16].

Аналіз актуальних досліджень. Одним із провідних напрямів підготовки економіста є комунікативні стратегії в діловому спілкуванні. Про це свідчить помітне зростання зацікавленості науковцями проблемою міжособистісного спілкування в діловій сфері [1; 2; 4; 5; 7]. У статті ми зосередимо увагу на аналізі методики активного слухання, яку фахівці із ділових комунікацій радять активно використовувати під час професійного спілкування. Так, Каймакова М. зазначає,

що «керівник із розвиненими навичками слухання значною мірою збільшує ефективність висхідних комунікацій» (переклад наш – Ю. К.) [4: 22]. Душкіна М. також переконана, що в певних видах ділового спілкування важливо використовувати ефективні прийоми, запропоновані психологами: «Особливо важливе для успіху заходу [круглого столу] адекватне і коректне використання модератором відповідних комунікативних технік активного слухання, таких як відтворення, перефразування, розвивання, резюмування тощо» (переклад наш – Ю. К.) [3: 140].

Тож **актуальність** статті полягає в тому, що, на нашу думку, здобутки фахівців із ділових комунікацій можна продуктивно використати для реалізації настанов Міністерства освіти і науки України щодо формування комунікативної компетентності на заняттях з української мови. **Мета** статті – окреслити основні засади методики активного слухання та розглянути деякі види роботи з її застосуванням, що матимуть на меті сформувати у студентів комплекс мовленнєвих умінь та навичок, необхідних їм у подальшій професійній діяльності.

Викладення основного матеріалу. Одним із важливих чинників, що впливає на результативність ділової комунікації, є вміння добирати влучні мовленнєві засоби для розв'язання конфліктних ситуацій. Ефективність ділового спілкування значною мірою визначається умінням слухати співрозмовника, адже це «необхідна умова правильного розуміння позиції опонента, правильного оцінювання розбіжних точок зору, запорука успішного ведення перемовин, бесіди, вагомий елемент культури ділової комунікації» [6: 30]. Для цього, зокрема, використовують один із найпоширеніших методів, який, з точки зору сучасних психологів, виявив свою продуктивність у діловому спілкуванні, – рефлексивне (емфатичне, активне) слухання.

Терміном «активне слухання» позначають «зворотний зв'язок із мовцем, який використовується для контролю точності сприйняття почутого. На відміну

від нереклексивного слухання тут слухач більш активно використовує словесну форму для підтвердження розуміння спілкування» [5: 93].

Науковці виділяють три основні види рефлексивних відповідей: уточнення, перефразування і резюмування.

Уточнення – це безоцінна техніка, яка передбачає прохання про додаткову інформацію з метою продемонструвати готовність і бажання вислухати співрозмовника [5: 93]. Мовленнєвими інструментами уточнення є питання типу «*Чи не могли б ви повторити ще раз?*», «*Уточніть, будь ласка, що ви маєте на увазі?*», «*Ви хотіли ще щось додати?*» тощо [5: 93].

Наприклад, колега звертається до вас: «*У мене жахливий настрій. Усі досягають набагато кращих результатів, ніж я*». Техніка уточнення полягає в тому, щоб спонукати співрозмовника осмислити ситуацію, яка склалася, та зменшити емоційне напруження. Тому ефективними словесними формулами можуть бути такі: «*Чому це вас так засмутило?*», «*Як ви гадаєте, чому так сталося?*» [5: 93]. Наприклад, репліка «*Не потрібно засмучуватися*» може спричинити у партнера відчуття, що його не розуміють, результатом чого може стати погіршення стосунків між співрозмовниками.

Перефразування полягає в переданні мовцю його ж повідомлення, але словами слухача. Метою перефразування є перевірка точності почутого. Перефразування може починатися словами: «*Як я вас зрозумів,...*», «*З вашої точки зору...*», «*Іншими словами, ви вважаєте....*» [5: 93]. Важливим тут є обирати для повідомлення суттєві, головні моменти спілкування, смисли та ідеї. Наведемо приклади діалогу із використанням методу перефразування:

1) – *Боюся, що моя презентація не буде успішною.*

– *Якщо я правильно вас зрозумів, ви вважаєте, що недостатньо підготувалися.*

2) – *Як можна так розмовляти з людиною!*

– *Я бачу, що вас засмутила клієнтка.*

Завдяки перефразуванню слухач дає можливість співрозмовнику побачити, що його розуміють правильно. У разі, якщо розуміють неправильно, мовець може внести необхідні роз'яснення, які допоможуть досягти більшої точності у висловленні своєї точки зору. Усе це сприяє побудові міцніших професійних стосунків.

Ще одним ефективним методом, який можна використовувати під час ділового спілкування, є резюмування, що полягає в підсумуванні основних ідей мовця [5: 93]. Такі висловлювання мають на меті поєднати фрагменти розмови в єдину смислову цілісність, що допомагає співрозмовнику краще зрозуміти свою позицію. Типовими фразами тут можуть бути такі: *«Вашими основними ідеями, наскільки я зрозумів, є...»*, *«Якщо підсумувати сказане вами, то...»* тощо [5: 93].

Як бачимо, в основі усіх цих психологічних та маркетингових методик лежить саме лінгвістична складова. Вона полягає у вмінні «використовувати слова, граматику і вимову, адекватні ситуації», «висловлювати ідеї точно і ясно», вміло «ставити питання з метою отримання інформації та ефективно відповідати на них» (переклад наш – Ю. К.) [3: 378]. Тож ми вважаємо доцільним залучити елементи методики активного слухання на заняттях з української мови, оскільки вони передбачають використання певних мовленнєвих шаблонів, що може бути продуктивним для розвитку успішних навичок професійного спілкування. Уміння влучно та коректно висловлюватися під час ділового спілкування є однією із важливих заporук професійного успіху, а тому оволодіння такими навичками є важливим у мовній підготовці студентів економічних спеціальностей.

Також ми вважаємо доцільним використовувати окреслені методики для розв'язання конфліктних ситуацій, що також вважається важливим комунікативним вмінням. Перша модель конфліктної ситуації, яку ми пропонуємо відпрацьовувати на заняттях української мови, – співрозмовник перебуває у збудженому стані, погано контролює свої емоції та виявляє незадоволення. За таких умов мовленнєва поведінка передбачає застосування методики «активного слухання»: повторення або перефразування висловлення співрозмовника без

оцінних суджень. Такий прийом дає час партнеру для висловлення свого незадоволення. Крім того, мовець у такий спосіб показує, що він розуміє труднощі співрозмовника, співчуває йому і готовий допомогти.

Друга модель конфліктної ситуації: сам мовець відчуває сильний емоційний дискомфорт та незадоволений роботою чи поведінкою свого партнера. Якщо така ситуація передбачає необхідність обговорення конфліктної ситуації, то найбільш продуктивним способом психологи вважають «я-повідомлення»: висловлення своїх почуттів та думок, уникаючи «ти-повідомлення» – будь-якої згадки про недоліки чи прорахунки свого партнера. Наприклад, відповідно до цієї методики, не можна формулювати своє незадоволення словами «*Ти погано виконав роботу*». Натомість цю думку варто висловити, наприклад, так: «*Мені не подобається результат*». У другому реченні немає займенника *ти* та інших указівок на те, що ви незадоволені своїм співрозмовником [1; 4]. Такі формулювання дають змогу уникнути прямих звинувачень або агресивної критики вчинків чи роботи партнера по спілкуванню, і як результат – уникнути загострення конфліктної ситуації.

На заняттях з української мови (за професійним спрямуванням) можна використати такі види роботи з використанням методики активного слухання:

- 1) усні доповіді з тем: «Продуктивність застосування методики активного слухання під час ділової комунікації», «Основні принципи активного слухання», «Принципи побудови рефлексивних відповідей» тощо;
- 2) складання діалогів із застосуванням основних видів рефлексивних відповідей: уточнення, перефразування та резюмування;
- 3) редагування діалогів з точки зору правильного застосування методики активного слухання;
- 4) вправи на розрізнення «я-повідомлень» та «ти-повідомлень»;
- 5) завдання, що полягають у переформулюванні одного типу повідомлень на інший;

б) рольові ігри з моделюванням конфліктних ситуацій та варіантами виходу з них.

Висновки. Розвиток комунікативних навичок на заняттях з курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)» у вищих навчальних закладах варто здійснювати з урахуванням сучасних здобутків науковців на межі психологічних, економічних, лінгвістичних наук. Зокрема методику активного слухання, розроблену психологами, радять активно використовувати під час ділового спілкування. Оскільки вона полягає передусім у точному формулюванні думки відповідно до розроблених рекомендацій, то можна пересвідчитися, що в її основі лежить потужна лінгвістична складова. Використання елементів методики активного слухання на заняттях з української мови (за професійним спрямуванням) допоможе формувати складові комунікативної компетентності, необхідної для професійної діяльності фахівців-економістів, а саме вміння точно формулювати свою думку для успішної комунікації та вирішення конфліктних ситуацій за допомогою ефективних для ділового спілкування мовленнєвих конструкцій.

Перспективи подальших досліджень. Ми маємо на меті використати запропоновані види роботи під час укладання підручників та посібників, які би враховували комунікативний компонент під час здобування основ мовознавчої освіти студентами економічного профілю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамович С. Д. Мовленнєва комунікація / Семен Дмитрович Абрамович, Марія Юріївна Чікарькова. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 472 с.
2. Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации / О. Л. Гнатюк. – М. : КНОРУС, 2012. – 256 с.
3. Душкина М. Р. PR и продвижение в маркетинге : коммуникации и воздействие, технологии и психология : учеб. пос. / М. Р. Душкина. – СПб. : Питер, 2010. – 560 с.
4. Каймакова М. В. Коммуникации в организации: текст лекций / М. В. Каймакова. – Ульяновск : УлГТУ, 2008. – 73 с.
5. Куницына В. Н. Межличностное общение / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. – СПб. : Питер, 2001. – 544 с.
6. Павлова Л. Г. Деловые коммуникации / Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. – М. : КНОРУС, 2016. – 304 с.

7. Федосова Г. Л. Соціально-психологічні умови подолання комунікативних бар'єрів студентської молоді : автореф. дис ... канд. психол. наук. / Г. Л. Федосова. – К. [б. в.], 2007. – 20 с.

8. Наказ МОН «Про затвердження програм навчальної дисципліни “Українська мова (за професійним спрямуванням)”» // Режим доступу: <http://old.mon.gov.ua/ua/about-ministry/normative/228->.

REFERENCES

Abramovych, S. D. (2004). *Movlennieva komunikatsiia [Communication]*. Kyiv: Tsentr navchal'noi literatury [in Ukrainian].

Dushkina, M. R. (2010). *PR i prodvizhenie v marketinge: kommunikacii i vozdejstvie, tehnologii i psihologija [PR and marketing promotion: communication and impact, technology and psychology]*. St. Petersburg: Piter [in Russian].

Fedosova, H. L. (2007). *Sotsial'no-psykholohichni umovy podolannia komunikatyvnykh bar'ieriv students'koi molodi [Social and psychological conditions of overcoming communication barriers for students]*. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv: G.S. Kostiuk Institute of Psychology of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine [in Ukrainian].

Gnatjuk, O. L. (2012). *Osnovy teorii komunikacii [Communication theory]*. Moscow: KNORUS [in Russian].

Kajmakova, M. V. (2008). *Kommunikacii v organizacii [Communication in organisation]*. Ul'janovsk: UIGTU [in Russian].

Kunicyna, V. N., Kazarinova, N. V., Pogol'sha, V. M. (2001). *Mezhlichnostnoe obshhenie [Communication]*. St. Petersburg: Piter [in Russian].

Nakaz MON “Pro zatverdzhennia prohram navchal'noi dystsypliny “Ukrains'ka mova (za profesijnym spriamuvanniam)” [Order of MES “On approval of discipline “Ukrainian language (for professional purposes)”]. (n. d.) *old.mon.gov.ua*. Available at: <http://old.mon.gov.ua/ua/about-ministry/normative/228-> [in Ukrainian].

Pavlova, L. G., Kashaeva, E. Ju. (2016). *Delovye kommunikacii [Business communication]*. Moscow: KNORUS [in Russian].