

Ганна Євгеніївна ГОЛОВАНОВА

кандидат економічних наук, старший викладач ЗВО,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
ORCID ID: 0000-0002-1969-0668

Олена Володимирівна МОКРОМЕНКО

кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри мовної підготовки,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
ORCID ID: 0000-0003-0824-3245

Оксана Анатоліївна АНАСТАСЬЄВА

кандидат філологічних наук, старший викладач,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
ORCID ID: 0000-0003-3856-3741

Олег Олександрович Бендасюк

доктор економічних наук, доцент,
Інститут агроєкології і природокористування НААН України
ORCID: 0000-0002-7865-494X

**ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ В УПРАВЛІННІ КОМУНІКАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ В
ОРГАНІЗАЦІЇ**

Голованова, Г. Є. Лінгвістичний аспект в управлінні комунікаційними процесами в організації / Ганна Євгеніївна Голованова, Олена Володимирівна Мокроменко, Оксана Анатоліївна Анастасьєва, Олег Олександрович Бендасюк // Український журнал прикладної економіки. – 2021. – Том 6. – № 1. – С. 102 – 108. – ISSN 2415 – 8453.

Анотація

Професійно-практична діяльність фахівців з управління протікає у системі постійного спілкування та потужних інформаційних потоків. Цей факт зумовлює створення ряду комунікативних вимог до менеджерів різних рівнів управління та галузей господарства. Прагнення до комунікацій, уміння легко вступати в контакт із незнайомими індивідами, стале самопочуття під час роботи з людьми, доброзичливість, чуйність, витримка, уміння стримувати емоції, здатність аналізувати поведінку індивідів і свою власну, розуміти їх наміри й настрої, здатність розбиратися у взаєминах людей, уміння влагоджувати розбіжності між ними й організовувати взаємодію, здатність ставити себе на місце іншої людини, знаходити спільну мову з різними індивідами, володіння розвиненим мовленням, мімікою, жестами, вміння переконувати людей, акуратність, пунктуальність, зібраність, знання психології людей – це основні критерії сучасної комунікативної культури. У контексті значення лінгвістичного аспекту як засобу впливу на комунікаційні процеси в організації керівникові необхідно приділяти увагу мовній компетенції як категорії, яка означає правильну зрозумілу мовну конструкцію для здійснення повідомлення. Таке повідомлення, у свою чергу, досить часто набуває вирішального значення у вирішенні стратегічних цілей діяльності організації.

Ключові слова: управління, управлінська культура, управління комунікаціями, комунікаційний процес, комунікаційна лінгвістика.

Hanna HOLOVANOVA

PhD (Economics), Senior Lecturer, Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University

Olena MOKROMENKO,

PhD (Pedagogy), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Language Training, Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University

Oksana ANASTASIEVA,

PhD (Philology), Senior Lecturer, Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University

Oleh BENDASIUK

Doctor of Economics Sciences,
Institute of Agroecology and Environmental Management of NAAS

LINGUISTIC ASPECT IN COMMUNICATION MANAGEMENT PROCESSES IN THE ORGANIZATION

Abstract

Professional and practical activities of management specialists take place in a system of constant communication and powerful information flows. This fact leads to the creation of a number of communicative requirements for managers of different levels of government and industries. The desire to communicate, the ability to easily come into contact with strangers, constant well-being when working with people, friendliness, sensitivity, endurance, the ability to control emotions, the ability to analyze the behavior of individuals and their own, understand their intentions and moods, the ability to understand relationships, the ability to resolve differences between them and organize interaction, the ability to put yourself in the place of another person, find common ground with different individuals, mastery of speech, facial expressions, gestures, ability to persuade people, accuracy, punctuality, concentration, knowledge of human psychology - these are the main criteria modern communicative culture. The basics of communicative culture of the future specialist should include the ability to easily and quickly establish contact in the process of communication, timely flexibility, psychological and professional tact, emotional stability, language, facial expressions and pantomime, appropriate use of humor and humor, ability to use language etiquette, argue point of view, use different methods of organizing communication, use the laws of logic, etc. The goals of communication are to ensure effective exchange of information between subjects and objects of management, improvement of interpersonal relations during information exchange, creation of information channels for information exchange between individual employees and groups and coordination of their tasks and actions, regulation and rationalization of information flows. When exchanging information, the task of the sender and recipient is to compose a message and use the communication channel to transmit it so that both parties understand and share the original idea. In the context of the importance of the linguistic aspect as a means of influencing communication processes in the organization, the leader must pay attention to language competence as a category that means the correct intelligible language structure for the implementation of the message.

Such a message, in turn, is often crucial in addressing the strategic goals of the organization.

Keywords: management, management culture, communications management, communication process, communication linguistics.

JEL classification: L96

Вступ

Результатом ефективного управління комунікаційними процесами в організації є оптимізація, нагромадження, формалізація, узагальнення та диференціація важливої управлінської інформації в єдиному середовищі; забезпечення прозорої взаємодії у роботі всього підприємства. Комунікації та інформація супроводжують усі управлінські рішення, забезпечують формування і реалізацію функцій та методів менеджменту, пов'язують внутрішнє та зовнішнє середовище організації. Подібні процеси можна охарактеризувати як багатоканальні та динамічні, у зв'язку з чим важливим є постійне дослідження та удосконалення способів і методів передачі комунікаційних сигналів.

Сьогодні суспільство щодня стикається з потужними потоками інформації на фоні світової економічної нестабільності та одночасному прискореному науково-технічному розвитку. Надмірна інформатизація стала причиною зростання кількості комунікаційних зв'язків. Проте більшість організацій недооцінює важливість та нехтує необхідністю ведення ефективної комунікаційної політики, а реалізує її інтуїтивно, без дослідження внутрішнього і зовнішнього середовища.

Базовим етапом в гармонізації та збалансованості комунікаційних систем повинно стати окреслення основних категорій у межах комунікаційної політики організації. З-поміж переліку таких категорій вагомої ролі набуває мовна комунікація – як процес, який з'єднує усі елементи планування, організації, мотивації та контролю на підприємстві.

Успішність та ефективність діяльності організацій за багатьма критеріями визначається саме використанням дієвих механізмів спілкування з використанням мови. Інформація, яка сприймається людиною (керівником, підлеглим, потенційним партнером, інвестором тощо), проявляється у вигляді понять, які стають причинно-наслідковою метою у прийнятті рішень.

Вивчення особливостей управління комунікаційними процесами та місця комунікацій у системі управління підприємством знаходяться у центрі уваги багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як І. Маковецька, Л. Сагер, Д. Аакер, Б. Берлесон, Г. Стейнер, Дж.Л. Лейхіфф, Б.З. Мільнер, А. Войчак, Т. Примак, Г. Почепцов, О. Фисун, Н. Григор'єва, М. Плотніков та інших. На проблематиці саме мовних комунікацій акцентують свої наукові доробки Ф. Бацевич, Р. Барт, Ю. Габермас, Т.А. ван Дейк, Г.Г. Почепцов, М. Фуко, О.І. Шейгал.

Мета та завдання статті

Головною метою статті є визначення ролі і місця лінгвістичного аспекту в управлінні комунікаційними процесами в організації, обґрунтування взаємозв'язку між лінгвістичним потенціалом та досягненням організаційних цілей.

Виклад основного матеріалу

Комунікації і комунікативна лінгвістика в сучасних організаціях впливають на вирішення проблем, пов'язаних з: мовними, психологічними, соціальними, політичними особливостями взаємодії людей в суспільстві, зокрема зв'язками із зовнішнім середовищем (переговори, врегулювання конфліктів, підвищення рівня корпоративної культури); створенням іміджу організації та окремих спеціалістів; умінням переконувати та спрямовувати мову на людей з метою впливу на їх психологічний стан; необхідністю вирішення мовних і культурних конфліктів [1].

Позитивна результативність комунікаційного процесу визначається наявністю у керівника сучасного рівня управлінської культури. Управлінська культура розкриває цінність людських ресурсів як основної рушійної сили діяльності організації. Це пояснюється тим, що організація як соціальна мікросистема містить у собі ціннісні принципи, культурне середовище, колективні взаємини, які є основою розвитку особистості зокрема. Відтак, поряд з компетентністю, професіоналізмом, ставленням до

результатів роботи підлеглих, важливе місце в роботі керівника належить здатності комунікувати з персоналом з використанням живих мовних каналів.

Лінгвістичний аспект в менеджменті має значення: при формулювання розпоряджень щодо дій підлеглих, їх мотивації; у процесі ведення діалогів з партнерами, інвесторами, кредиторами; при виході на міжнародні ринки – комунікація з іноземними компаніями; в процесі рекрутингу; при впливі на споживчу аудиторію, під час реалізації маркетингових заходів.

Комунікації розглядають як обов'язковий атрибут процесу управління. Їх роль є вагомою не тільки на малих фірмах, а й у потужних компаніях та корпораціях. Саме завдяки комунікаціям існує цілісність між окремими елементами організації та координація її дій. Ефективними в поєднанні організації із зовнішнім середовищем є зовнішні комунікації – вони дозволяють отримувати інформацію про стан ринку та поведінку на ньому суб'єктів господарювання. При спілкуванні компанії і її продукту зі споживачем вона певним чином задіяна у комунікаційному процесі [2].

З метою визначення місця лінгвістичного аспекту в системі управління необхідно провести класифікацію комунікацій в організації (табл. 1).

Таблиця 1. Класифікація комунікацій в організації

Класифікаційна ознака	Види комунікацій
Мета повідомлення	- пізнавальна - переконуюча - експресивна
Комунікативна подія	- бесіда - лекція - зустріч
Форма передачі інформації	- монолог - діалог
Аудиторія	- персональна - міжособистісна - групова - масова
Засіб передачі	- вербальна - невербальна
Спрямованість	- пряма - опосередкована

Науковці стверджують, що властива людині манера говорити – такий самий дієвий засіб її ідентифікації, як і відбитки пальців. Ця індивідуальна манера говорити свідчить про наявність чи відсутність в людини таких двох рис, які характеризують її як особистість: – ступеня її самоствердження, тобто того, як упевнено вона себе почуває і наскільки розвинене у неї почуття власної правоти; – ступеня її невпевненості в собі. Критерієм оцінювання наявності цих рис у співрозмовника виступають вживані ним певні висловлювання та частота їх повторювання у процесі мовлення. Оскільки манера мовлення розглядається у взаємозв'язку всіх її характеристик, то й оцінювати її слід комплексно, з позиції багатовимірної значущості. Те, що говорять співрозмовники, має бути обґрунтованим і змістовним, взаємопов'язаним і зрозумілим не лише їм, а й усім учасникам комунікативної взаємодії. За лінгвістичним визначенням, поняття «культура мовлення» означає «володіння нормами усної та писемної літературної мови (правилами вимови, наголосу, слововживання, граматики, стилістики), а також як уміння використовувати виражальні засоби мови в різних умовах спілкування відповідно до цілей та змісту мовлення». Тобто йдеться не лише про лексичний запас і вміння його використовувати, а й про чіткість вимови [3, 4].

Комунікативну лінгвістику можна вважати сполучною галуззю знань, яка тісно пов'язана з філософією, логікою, семіотикою, соціологією, інформатикою, кібернетикою, психологією, культурологією, етнологією і етнографією, риторикою, теорією штучного

інтелекту тощо [1]. Враховуючи стратегічні потреби багатьох організацій, лінгвістичний аспект в побудові перспективних внутрішніх та зовнішніх зв'язків відіграє подекуди вирішальну роль.

Обґрунтувати подібний феномен можна наступним чином: надання все більшої ваги духовно-культурним регуляторам у діловому та суспільному житті; позначення діяльності кожного елемента суспільства духовно-культурними регуляторами.

В сукупності усіх взаємодіючих сил у суспільстві вони набувають системоутворюючого характеру, постійно розширюючи зону свого впливу. Отже, елементами сучасної лінгвістичної культури як гармонійної складової загальної культури керівника мають стати: сучасні лінгвістичні знання, вміння переконувати, компетентність, професіоналізм, почуття, настрої; організаційні, передусім управлінські, відносини, в яких втілюються знання керівника з організації міжособистісної взаємодії з підлеглими; управлінська діяльність, творчий характер якої дає змогу перетворювати знання й цінності на стійкі риси особистості.

Очевидно, що така діяльність має розвиваючий наступальний характер, оскільки мова йде про становлення не лише особистості керівника як управлінця-професіонала, а й його управлінської культури, яка об'єднує прояви його поведінки та мотиви його інноваційно-управлінської діяльності [5, 6].

Багатоаспектність поняття управлінської культури є доказом того, що від ступеня її розвитку залежить ефективність не лише організації як соціальної мікросистеми, а й всієї сфери управління. Причина цього полягає в тому, що високий рівень управлінської культури в процесі здійснення суб'єктом управління керівної діяльності свідчить про справжнє мистецтво управління не лише підлеглими, а й перш за все собою. Таким чином, до механізму формування управлінської культури як засобу досягнення внутрішніх та зовнішніх цілей організації доцільно додати лінгвістичний аспект (табл. 2).

Таблиця 2. Врахування лінгвістичного аспекту в системі комунікаційних цілей організації

<i>Комунікаційні цілі</i>	
<i>Внутрішні</i>	<i>Зовнішні</i>
<ul style="list-style-type: none">- презентація стратегічного плану організації, налаштування позитивного командного духу;- формування іміджу підприємства;- розвиток корпоративної та управлінської культури;- зменшення плинності кадрів;- персональна та колективна мотивація;- зменшення комунікативних розривів в колективі, забезпечення сталого цілісного інформаційного кола	<ul style="list-style-type: none">- розширення споживчої аудиторії;- надання інформації покупцям щодо можливостей та переваг товарів (послуг) організації;- вплив на власний імідж організації у зовнішньому середовищі;- забезпечення комунікацій з потенційними партнерами, інвесторами, кредиторами

Таким чином, формування мережі внутрішніх та зовнішніх зв'язків організації забезпечується вирішенням керівником певного спектру задач, де генеруючою основою виступає саме комунікативна лінгвістика.

Професійна діяльність керівника здійснюється посередництвом комунікацій, зокрема лінгвістичними здібностями. У зв'язку з цим виникають дві ключові проблеми підвищення ефективності комунікативної діяльності керівника. Перша пов'язана з забезпеченням повноти комунікацій, їх системності та керованості. Друга залежить від комунікабельності керівника, його здатності до ділового спілкування, від знань комунікативних технологій та вміння їх застосовувати в потрібному контексті.

Комунікативна компетентність керівника формується, з одного боку, за рахунок підвищення ефективності управління комунікаціями як бізнес-процесом взаємодії організації із зацікавленими сторонами ринку, з іншого боку, це розвиток персональної комунікабельності, вміння слухати, переконувати і впливати на співрозмовника комунікативними засобами. У керівника повинно бути чітке розуміння структури власних ділових комунікацій: з ким йому необхідно спілкуватися, для чого і як [2].

Комунікативна компетентність передбачає наявність у керівника психологічних знань в обсязі, необхідному й достатньому для правильного розуміння співрозмовника, забезпечення свого впливу на нього і, що важливо, для протидії сторонньому впливу [3].

Не менш важливими складовими комунікативної культури є знання, уміння й навички, що стосуються мовної діяльності, тобто культура мови. У мовленнєвій діяльності можна виділити три аспекти: змістовний, виразний і спонукальний. Змістовний аспект мови характеризується багатством, значущістю й доказовістю думок. Виразність промови керівника пов'язана з її емоційною забарвленістю: мовлення може бути яскравим, образним, енергійним або, навпаки, сухим, млявим, тьмяним. Спонукальний аспект мовної діяльності полягає у впливі її на думки, почуття й волю слухача. Від рівня мовної культури, яка охоплює змістовну, виразну й спонукальну сторони, залежить ступінь сприйняття мови слухачами. Адже для кожного керівника важливо бути почутим підлеглими, діловими партнерами, інвесторами, кредиторами тощо.

До основних показників культури мови в діловому спілкуванні можна віднести: словниковий склад (вилучаються з мовлення нецензурні, соціолекти, діалектизми); словниковий запас (чим він багатший, тим яскравіша, виразніша, різноманітніша мова, тим менше вона втомлює слухачів, тим більше вражає, запам'ятовується й захоплює); вимова (дотримання літературних орфоепічних норм); граматики (ділова мова потребує дотримання загальних правил граматики, а також урахування деяких специфічних відмінностей); зокрема, центральне місце в діловому мовленні має бути зайнято іменниками, а не дієсловами); стилістика (до стилю мовлення ставляться такі вимоги, як неприпустимість зайвих слів, відсутність стандартних, висловів, правильний порядок слів) [4].

Успішне функціонування організації багато в чому залежить від ефективності спілкування керівника з окремими підлеглими, з колективом у цілому, з бізнес-партнерами, а також його поведінки на ділових заходах. Усе це визначається рівнем розвитку комунікативної культури менеджера – сукупності комунікативних знань, умінь і навичок, які стали органічною частиною особистості як керівника.

Складові комунікативної культури – це комунікативний етикет, культура мовлення, невербальна мова, стиль спілкування, психоемоційна саморегуляція, прогнозування поведінки партнера. Найважливішою метою внутрішньої комунікації в організації є створення умов для підтримки цілей і політики, що проводиться керівництвом будь-якого підприємства. За допомогою комунікації співробітники отримують необхідні знання та мотивацію, стають кращими захисниками і популяризаторами планів компанії. Таким чином, комунікація – це важливий організаційний інструмент не лише для керівників, а й необхідна умова для ефективного розвитку і впровадження організаційної політики.

У випадку нехтування керівником необхідністю розвитку навичок управлінського спілкування, формування комунікативної культури, то стає під загрозою успішна робота підприємства взагалі й робота підлеглих зокрема.

Необхідність дотримання комунікативної культури полягає у такому: 1) керівники, як було зазначено, витрачають велику частину робочого часу на комунікації. Згідно з даними багатьох експертів, на це йде 75-95% часу керівників. Тому вони повинні бути зацікавлені в поліпшенні своєї комунікативної компетенції; 2) комунікативні навички необхідні для ефективності управління (особливу увагу в цьому моменті варто звертати на вимоги до розпорядчої документації та усних вказівок); 3) комунікативна культура необхідна для утвердження авторитету та вираження волі керівника (воля керівника виявляється не лише через офіційне спілкування, але й через приватні прохання); 4) добре налагоджені комунікативні процеси сприяють забезпеченню організаційної ефективності (кожен комунікативний акт повинен мати позитивний результат, досягнення мети найменшими зусиллями й витратами).

Висновки та перспективи подальших розвідок

Врахування лінгвістичного аспекту в процесі управління комунікаційними процесами в організації в значній мірі впливає на успішність організації, її стратегічний розвиток та ресурсне забезпечення. Аналіз синтезу теоретичних засад комунікації та лінгвістики дає змогу оцінити їх вплив на управлінську культуру менеджера. Погляди фахівців [2, 3, 4, 5] у сфері управління комунікаціями та комунікативної лінгвістики уточнюють значення об'єктів дослідження: 1) як інструмента інтеграції всіх видів діяльності; 2) як засобу та механізму управління; 3) як способу внутрішньої та зовнішньої адаптивності підприємства; 4) як інструмента впливу на кадрове забезпечення та інновації; 5) як засобу формування управлінської та організаційної культури.

Відповідно до зазначеного вище, володіння керівниками мовною майстерністю дозволяє віднести лінгвістичний аспект в управлінні комунікаціями до стратегічно важливих ресурсів.

Список літератури

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ: Академія, 2004. 342 с.
2. Сагер Л. Ю. Удосконалення категорійного апарату комунікацій у системі управління підприємством. Економічний простір. Дніпропетровськ: ПДАБА, 2012. № 64. С. 243-254
3. Гошовська В. А. Комунікації в публічному управлінні: аспекти організаційної культури та ділового спілкування : навч. посіб. Київ : К.І.С., 2016. 130 с.
4. Філь Г. В. Комунікативна компетентність керівника та її значення в управлінській діяльності. Екзистенційні та комунікативні питання управління: матеріали Міжнародної науково-теоретичної конференції. Суми: СДУ, 2014. Ч.2. С. 114-117
5. Чорнобай О. Л. Комунікативна лінгвістика (мовна комунікація) як основа опанування засобів юридичної комунікації. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Юридичні науки. 2015. № 813. С. 168-174.
6. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. К. : ВЦ "Академія", 2010. 312 с.
7. Петькун С. М. Комунікації у процесі управління підприємством. Економіка. Менеджмент. Бізнес. № 3 (17). 2016. С. 24-31
8. Різун В. В. Теорія масової комунікації. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1>

References

1. Batsevyich, F. S. (2004). *Osnovy komunikatyvnoi linhvistyky*. [Fundamentals of communicative linguistics]. Akademiia. Kyiv. Ukraine.
2. Saher, L. Yu. (2012) «Improving the categorical apparatus of communications in the enterprise management system». *Ekonomichnyi prostir*. Dnipropetrovsk: PDABA. No 64, pp. 243-254
3. Hoshovska, V. A. (2016) *Komunikatsii v publichnomu upravlinni: aspekty orhanizatsiinoi kultury ta dilovoho spilkuvannia*. [Communications in public administration: aspects of organizational culture and business communication]. K.I.S. Kyiv. Ukraine.
4. Fil, H. V. (2014). «Communicative competence of the head and its importance in management». *Ekzystentsiini ta komunikatyvni pytannia upravlinnia: materialy Mizhnarodnoi naukovo-teoretychnoi konferentsii*. Sumy: SDU. Vol.2, pp. 114-117.
5. Chornobai, O. L. (2015). «Communicative linguistics (linguistic communication) as a basis for mastering the means of legal communication» *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnikha". Serii: Yurydychni nauky*. No 813. pp. 168-174.
6. Iashenkova, O. V. (2010). *Osnovy teorii movnoi komunikatsii*. [Fundamentals of the theory of language communication]. VTs "Akademiia". Kyiv. Ukraine.
7. Petkun, S. M. (2016). «Communications in the process of enterprise management». *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*. No 6 (17), pp. 24-31.
8. Rizun, V. V. (2014). *Teoriia masovoi komunikatsii*. [Theory of mass communication]. Available at: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1>

Стаття надійшла до редакції 09.01.2021 р.