

УДК 379.85:371.134
ББК 74.580 (4 Укр)

І.Я. Ваврів
м. Тернопіль, Україна

ДИДАКТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НЕВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Актуальність і постановка проблеми. Взаємодія з людьми є формою професійного існування, професійної реалізації менеджера з туризму. В цьому процесі має місце міжособистісна взаємодія, тому без перебільшення можна констатувати, що комунікативна сторона процесу взаємодії менеджера у сфері туризму з людьми набуває особливого значення.

Сучасна сфера туристського сервісу висуває особливі вимоги до своїх працівників. Професійна підготовленість фахівців до виконання ключового виду діяльності пов'язана з поняттям професійної комунікації. Вони не тільки повинні володіти уміннями організувати комунікацію на професійному рівні, впливати на клієнта з метою здійснення ним покупки того або іншого тур-продукту, але й управляти споживчою поведінкою клієнта [5, с. 162].

Проте, більшість тур-агентів і тур-операторів відчують ускладнення в просуванні тур-продукту; невпевненість і сумніви клієнтів у виборі туристської пропозиції викликає в них стан психологічного напруження, роздратування; комунікативний зв'язок з клієнтами під час реалізації тур-послуги забезпечується і підтримується тільки з особистої ініціативи самих споживачів. Майже всі респонденти з цього приводу висловили побажання підвищити кваліфікацію саме в професійній комунікативній діяльності.

Такий стан сформованості ключових кваліфікацій у фахівців сфери туристського сервісу ставить проблему розробки і реалізації інтенсивними технологіями фундаментального навчального курсу в рамках загальної професійної підготовки, який забезпечив би підготовленість до професійної комунікативної діяльності в процесі управління споживчою поведінкою клієнтів і здатність стійко відтворювати її в будь-якому секторі туристської індустрії [2, с. 53]. Проте, аналіз навчальних дисциплін загальнопрофесійної підготовки фахівців сфери туристського сервісу показав, що відсутні дисципліни фундаментальної спрямованості, які забезпечують підготовленість до комунікативної діяльності з метою управління споживчою поведінкою клієнта туристських послуг.

Огляд останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування ключових кваліфікацій майбутніх фахівців сфери туристського сервісу базуються на дослідженнях в сфері сервісної діяльності (Г. Аванесова, С. Коробова, В. Кравченко, В. Романовіч, В. Карнаухова, Е. Лінчевський і ін.), культурологічного і комунікативного підходу до сервісної діяльності (В. Зубков, В. Тітова, В. Вусів, В. Федцов і ін.).

Вагомий внесок у вивчення проблем професійної комунікації представлений у дослідженнях професіоналізму і компетентності фахівців (В. Горчакова, Е. Зеєр, Д. Ільєсов, Е. Клімов, А. Марков, Ю. Поварчуків, А. Столяренко, Ю. Фокін і ін.). Проте, проблема підвищення рівня професійної комунікації менеджерів туристського сервісу не стала об'єктом цілеспрямованого дослідження.

Тому **метою** статті є вивчення дидактичних можливостей засобів комунікації у професійній підготовці майбутніх спеціалістів сфери туризму та їх ефективне застосування у формуванні комунікативної культури фахівців цієї галузі. До уваги беруться невербальні засоби професійної комунікації, які комплексно доповнюють мову та мовлення фахівця з метою досягнення взаєморозуміння та ефективного ділового спілкування у сфері туризму як на міжособистісному, так і на міжкультурному рівнях.

Виклад основного змісту дослідження. Невербальна комунікація виокремилась у самостійний науковий напрям нещодавно — у 50-ті роки XX ст. Водночас слід зазначити, що позитивний практичний досвід, наукові спостереження та узагальнення з цієї проблеми описано в багатьох працях минулого (у риториці, хірології, антропології). Усім знайома фізіогноміка як учення про розпізнавання характеру людини за її зовнішністю [4, с. 177].

Науковцями досліджено, що будь-яке спілкування, передача інформації відбувається за допомогою вербальних засобів (мови, мовлення) лише на 7%, звукових засобів (включаючи інтонацію й тон) на 38% і за допомогою невербальних засобів на 55%. За твердженнями психологів, 60-80% комунікації відбувається з використанням невербальних засобів, питома вага міміки та жестів у спілкуванні становить 55%, більше 90% інформації у перші секунди спілкування передається невербальною мовою [1, с. 149]. Оволодіння фахівцем невербальними (немовними) засобами важливо не тільки для комунікації, але й для якості професійної підготовки кваліфікованого спеціаліста, зокрема в галузі туризму.

Необхідність навчання володіння невербальними засобами комунікації зумовлена тим, що вміння використання цих навичок і вмінь дозволяє краще зрозуміти співрозмовника, ефективно донести свою інформацію та уникнути непорозуміння.

Серед невербальних засобів професійної комунікації першою слід назвати оптико-кінетичну систему, що складається з жестів, міміки і пантоміміки, рухів тіла (кінетики). Вони характеризують інтенсивність вияву переживань людини. Їхньою характерною ознакою є її універсальність та специфічність для вираження різних емоцій. У багатьох ситуаціях міміка залежить від особливостей певної соціальної культури, конкретних норм, еталонів. Національні, етнічні, культурні стандарти відбиваються на мімічних реакціях і зумовлюють певну форму їх протікання. Емоційні переживання людини можна визначити з її пантоміміки: жестів, пози, рухів. Поза людини є сигналом упевненості або невпевненості в собі, свідченням настороженості чи спокою. Якщо людина всім тілом повернута до інших, нахилена до співрозмовника, голову тримає прямо, погляд відкритий, то вона уважно, зацікавлено сприймає того, з ким спілкується.

Жести, міміка, інтонація допомагають людині, яка спілкується, зосередити увагу співрозмовника, виразити своє емоційне ставлення до інформації, яку вона передає. Набір жестів, які може застосовувати менеджер в діловому спілкуванні, дуже різноманітний.

Невербальне спілкування, загальновідоме як «мова жестів», має такі форми самовиразу, які не опираються на слова та інші мовні символи. Вчитися розуміти мову невербального спілкування важливо з декількох причин [6, с. 312-315].

По-перше, словами можна передати тільки фактичні знання, але, щоб висловити почуття, одних слів буває замало. Іноді наші почуття настільки глибинні або складні, що для передачі їх вираження ми не в змозі знайти належних слів. Тому почуття, які не підлягають мовному виразу, передаються мовою невербального спілкування.

По-друге, знання цієї мови вказує наскільки ми вміємо володіти собою. Якщо людині важко впоратись з гнівом, вона підвищує голос, відвертається, а інколи поводить себе більш нестримано. Така поведінка є неприпустимою в етикеті ділового спілкування та недозволеною у роботі фахівця, що працює у системі «людина - людина». Ця проблема набуває особливої актуальності у сфері туристського сервісу.

Окрім оптико-кінетичних засобів професійної комунікації, існує комплекс акустичних засобів — екстралінгвістичних і паралінгвістичних сигналів. У першому випадку — це швидкість мови, висота голосу, його тональність і діапазон. У другому — це темп, пауза, різні вкраплення в мову. Дослідженнями встановлено, що 60-90 % правильних суджень про людину, її внутрішній стан ґрунтуються на вмінні розшифровувати характеристики голосу й манеру спілкуватися [8, с. 43].

Важливою ознакою культурного рівня ділового мовлення менеджера в сфері туризму є вміння робити під час розмови паузи. Найчастіше слова промовляють швидко. Небагато

людей вміють спеціально використовувати паузу, щоб вона впливала на слухачів. Нерідко пауза свідчить про те, що думка відстає від мовлення, а можливо, й про її відсутність у конкретній ситуації.

Специфічною знаковою системою у невербальній комунікації — є контакт очей, як основний засіб візуального спілкування. Він є основою довірливого, культурного спілкування. З нього, як правило, починається ділова чи особиста розмова [4, с. 178]. Якщо людина, яка опанувала культуру спілкування, хоче досягти взаєморозуміння з іншими, вона дивиться їм в очі, тобто пам'ятає про значення візуального контакту. Отже, контакт очей сприяє комунікативній взаємодії людей — діловому, соціальному та інтимному спілкуванню, задоволенню їхніх емоційних сподівань і потреби у збереженні своєї гідності, самоцінності, дотриманню етичних норм і правил.

Серед невербальних засобів професійної комунікації особливою є система організації простору і часу спілкування — проксемика. Йдеться про розміщення учасників зустрічі та доцільні, прийняті в різних ситуаціях і культурах часові характеристики різних форм комунікації, зокрема монологу та діалогу [3, с. 142-154].

Як відомо, професійна комунікація стає тим ефективнішою, чим краще в ній пов'язуються всі засоби (і вербальні, і невербальні) із дотриманням службового етикету. Так, люди, особливо під час першої зустрічі, звертають увагу на зовнішній вигляд одне одного. Тому одяг ділової людини має бути охайним, відповідати конкретній ситуації. Що і як одягати на зустріч, залежить від того, відбудеться вона вдень чи ввечері, влітку чи взимку, буде офіційною чи дружньою [4, с. 174].

Аналіз засобів невербальної комунікації дає змогу створити психологічний портрет кваліфікованого фахівця. Це людина, яка має високий рівень культури спілкування, дотримується загальноприйнятих норм і користується всіма формами і засобами спілкування. Вона легко вступає в контакт з людьми, виходячи при цьому з позитивних комунікативних установок; її жести, міміка, пантоміміка підтверджують доброзичливе ставлення до інших. Очі її відкриті, вона має виразну міміку, живий погляд. Це свідчить про її здатність до спілкування. При погляді на неї не виникає відчуття тривоги. Під час розмови висота її голосу може змінюватись, ритмічність мелодії голосу - постійна. Така людина має високу самооцінку, впевнена в собі, про що свідчить її поза. Вона невимушена, ненапружена. Плечі вільно опущені, голова випрямлена. Руки вільні, жести широкі (і свідчать про відкритість). Людина повернута і нахилена в бік партнерів — злегка усміхається, спокійно, твердо, відкрито і прямо дивиться в очі співрозмовників, запрошуючи їх до діалогу, співпраці [7, с. 35].

Здатність майбутнього фахівця до інтерпретації та набуття невербальної поведінки пов'язана з етапами його професійного розвитку. Спочатку він розпізнає та трактує окремі випадки поведінки, опираючись на жести та міміку інших людей. Згодом сприймає їх комплексно відповідно до контексту розмови, емоційного стану співрозмовника. Через деякий час починає успішно застосовувати жести, міміку, інтонацію як невербальні засоби професійної комунікації з метою ефективного врегулювання відносин з іншими людьми.

Отже, немовні засоби спілкування дають змогу працювати свідомо з несвідомим і допомагають досягти позитивних результатів у співпраці [6, с. 264].

Якщо говорити про управління процесом підготовки фахівців, формування і становлення їх не тільки як професіоналів, але і особистостей, потрібно застосовувати нові підходи і методики викладання спеціальних і допоміжних дисциплін з використанням комунікативних методів навчання, моделювання виробничих і життєвих ситуацій, використання психолого-педагогічних і адаптаційних тренінгів, спрямованих на вдосконалення професійної комунікації майбутнього фахівця в сфері туризму [9, с. 71].

Висновок. Аналіз невербальних засобів професійної комунікації дозволив розкрити їх дидактичний потенціал в комунікативній підготовці майбутніх спеціалістів в сфері туризму

та визначити місце та роль невербальної комунікації у формуванні культури спілкування менеджерів туристичного профілю.

Усі немовні засоби професійної комунікації в комплексі з мовою та мовленням фахівця застосовуються з метою досягнення взаєморозуміння та ефективного ділового спілкування у сфері туризму як на міжособистісному, так і на міжкультурному рівнях.

При цьому використання на практиці таких невербальних засобів, як:

- екстралінгвістичних – швидкість мови, діапазон голосу, тональність;
- паралінгвістичних – темп, пауза;
- проксемічних – організація простору і часу спілкування;
- кінетичних – міміка, жести, пантоміміка;

– мелодико-інтонаційних особливостей мовлення значно підвищує ефективність процесу комунікації і свідчить про високий рівень підготовки спеціаліста.

Перспективу подальшої наукової розробки означеної проблеми ми вбачаємо у практичному використанні немовних засобів комунікації у конкретних, реальних ситуаціях міжособистісного та міжкультурного спілкування в процесі комунікативної підготовки фахівців сфери туризму.

Література:

1. Волкова Н.П. Професійно-педагогічна комунікація: Навч. посіб. / Н.П. Волкова // – К.: ВЦ «Академія», 2006. – 256 с.
2. Ганопольский В.И. Многоаспектная модель межпредметных связей в системе туристского образования / В.И. Ганопольский // Мир спорта. – Мн., 2003. – № 1-2. – С.51-56.
3. Ієвлев О.М. Моделювання впливу компонентів вербальної та невербальної комунікацій в системі «викладач-студент» / О.М. Ієвлев // Всеукр. конференція.-Донець-Севастополь.-ДДУ.- вересень 2000 р. – С.142-154
4. Кикилик І.В. Психологічні особливості спілкування викладачів та студентів вищих навчальних закладів / І.В. Кикилик // Збірник наукових праць №33. – Частина II. – Хмельницький: Вид-во НА ДПСУ, 2005. – С.176-178.
5. Конох А.П. Актуальні проблеми професійної підготовки майбутніх фахівців із спортивно-оздоровчого туризму у вищих навчальних закладах / А.П. Конох // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту // Зб.наук.праць за редакцією проф. Єрмакова С.С. - Харків: ХДАДМ (ХХП), 2005. - №22. – С. 162-167.
6. Леонтьев А. А. Язык и речевая деятельность в общей и педагогической психологии: / А. А. Леонтьев // Избр. психол. тр. — М.: Издательство МПСИ, 2004. — 535 с.
7. Мороз Л.В. Педагогіка туризму / Л.В. Мороз // – К.: Слово, 2004. – С. 35.
8. Нещерет О. І. Психологія мовленнєвої діяльності / О. І. Нещерет // — Ніжин: НДПУ, 2004. — 100 с.
9. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму / В.К. Федорченко // Монографія. – Київ: Слово, 2004. — 472с.

В статті розглянуто невербальні засоби професійної комунікації; розкрито їхні дидактичні можливості в професійній підготовці фахівців сфери туризму; проаналізовано роль невербальної комунікації у формуванні комунікативної культури менеджерів з туризму.

Ключові слова: невербальна комунікація, оптико-кінетична система, екстралінгвістичні та паралінгвістичні сигнали, проксеміка, візуальне спілкування.

В статье рассмотрено невербальные средства профессиональной коммуникации; раскрыто их дидактические возможности в профессиональной подготовке специалистов в области туризма; проанализировано роль невербальной коммуникации в формировании коммуникативной культуры менеджеров по туризму.

In this article nonverbal means of professional communication have been reviewed; their didactic potentialities in professional training of specialists in tourism have been discovered; the role of nonverbal communication in the forming of communicative culture of a tourism manager has been analyzed.