

## КОМУНІКАТИВНІ БАР'ЄРИ У СПІЛКУВАННІ ФАХІВЦЯ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ: ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ

### COMMUNICATION BARRIERS IN SERVICE SPECIALIST COMMUNICATION: WAYS TO TAKE OVER

Стаття присвячена дослідженню особливостей комунікативних бар'єрів фахівців сфери обслуговування. Розглянуто сутність понять «комунікація», «спілкування», «комунікативний бар'єр» в загальному сенсі й як термінів професійної сфери. Здійснено аналіз сучасних поглядів науковців щодо розуміння комунікації, спілкування, комунікативного бар'єру. Представлено власне розуміння понять «комунікація», «спілкування», «комунікативний бар'єр». З'ясовано, що спілкування є складником комунікації, а комунікативний бар'єр – це перешкоди, що ускладнюють процес спілкування між комунікантами внаслідок низького рівня сформованості вміння долати їх в процесі комунікації.

Представлено шляхи подолання комунікативних бар'єрів майбутніми фахівцями сфери обслуговування через різні форми роботи під час вивчення теми «Професійна поведінка» дисципліни «Основи психології» (у межах якої розглядаються правила ефективної комунікації, комунікативні бар'єри, особливості міжкультурної комунікації та комунікації з клієнтами-іноземцями, а також безконфліктної комунікації в стосунках «керівник–підлеглий»). Основну увагу зосереджено на вправах, спрямованих на формування вмінь передкомунікативного орієнтування, вмінь встановлювати контакт, вступати в комунікативну взаємодію, на опанування професійною лексикою, оволодіння технікою і культурою мовлення. Виокремлено найбільш ефективні форми, методи та технології впливу на студента у роботі над комунікативними бар'єрами: дискусії, аналітична й порівняльна творча діяльність, практичні відпрацювання. Визначено необхідність формування презентаційних вмінь як одного з найефективніших засобів комунікації фахівця сфери обслуговування. Зауважено на застосуванні студентами комунікативних прийомів щодо прилаштування до репрезентативної системи людини (для формування вмінь організовувати ефективне спілкування з різними за світосприйняттям типами клієнтів), до взаємодії з представниками інших культур, до комунікації на рівні «керівник–підлеглий». Доведено, що завдяки технологіям подолання комунікативних бар'єрів здійснюються позитивні комунікаційні зрушення у студентів, що необхідно для ефективної побудови їхнього професійного майбутнього.

**Ключові слова:** комунікація, спілкування, комунікативний бар'єр, фахівець сфери обслуговування, професійна підготовка.

The article is devoted to the study of the peculiarities of communication barriers of service professionals. The essence of the concepts "communication", "communicative barrier" in the general sense and as terms of the professional sphere is considered. An analysis of the modern views of scientists regarding the understanding of communication and the communicative barrier of specialists in the specified field was carried out. The actual understanding of the concepts "communication", "communicative barrier" is presented. It was found that communication is a component of communication, and communication barriers are obstacles that complicate the process of communication between communicators due to the low level of formation of the ability to overcome them in the process of communication.

Ways of overcoming communication barriers by future specialists in the field of service through various forms of work during the study of the topic "Professional behavior" of the discipline "Basics of Psychology" are presented (within the scope of which the rules of effective communication, communication barriers, features of intercultural communication and communication with foreign clients are considered, as well as conflict-free communication in the "leader-subordinate" relationship). The main attention is focused on exercises aimed at forming the skills of pre-communicative orientation, the ability to establish contact, engage in communicative interaction, mastering professional vocabulary, mastering the technique and culture of speech. The most effective forms, methods and technologies of influencing the student in working on communication barriers are singled out: discussions, analytical and comparative creative activity, practical exercises. The need to develop presentation skills as one of the most effective means of communication for a service specialist has been identified. The students' application of communicative techniques to adapt to the representative human system (for the formation of skills to organize effective communication with different types of clients based on their worldview), to interaction with representatives of other cultures, to communication at the level of "supervisor-subordinate" was noted. It has been proven that thanks to technologies for overcoming communication barriers, positive communication shifts are made in students, which is necessary for the effective construction of their professional future.

**Key words:** communication, communication barrier, service specialist, professional training.

УДК 378:338.46  
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2023/57.1.40>

**Іванова О.А.**,  
докт. філософії з професійної освіти  
(за спеціалізаціями),  
заступник директора з навчальної  
роботи

Відокремленого структурного підрозділу  
«Фаховий коледж харчових технологій  
та підприємництва Дніпровського  
державного технічного університету»

#### Постановка проблеми у загальному вигляді.

Професійна діяльність майбутнього фахівця сфери обслуговування пов'язана зі сформованістю в нього комунікативних вмінь регулювати міжособистісні стосунки, забезпечувати належні умови спілкування з клієнтами, долати комунікативні бар'єри, які ускладнюють процес сприймання інформації, унеможливають їх адекватні

когнітивні, поведінкові реакції, призводять до непорозуміння та не сприяють ефективному розв'язанню професійних завдань.

Актуальність проблеми комунікативних бар'єрів у спілкуванні фахівця сфери обслуговування зумовлена недостатнім рівнем сформованості комунікативних вмінь студентів – майбутніх фахівців сфери обслуговування, що суттєво впливає

на рівень їх професійної та практичної підготовки в закладах фахової передвищої освіти.

Одним зі шляхів вирішення зазначених завдань є використання в освітньому процесі технологій, які спрямовані на формування в студентів комунікативних умінь.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** свідчить, що проблема комунікативних бар'єрів привертала увагу вітчизняних й зарубіжних учених (Л. Березовська, Н. Войцехівська, І. Глазкова, Л. Орбан-Лембрик, Г. Федосова, Г. Щілінська, Н. Яковлева та ін.). Дослідники (М. Корнєв, А. Коваленко) схарактеризували причини виникнення психологічних бар'єрів та їхній вплив на спілкування, налагодження міжособистісної взаємодії. До проблеми соціальної комунікації, як надважливішої професійної компетентності, зверталися О. Ігнатюк, О. Резван, О. Чаплигін. Професійну комунікацію та засоби, що забезпечують її успішність, вивчала Н. Волкова.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Попри те, що досліджуваній проблемі приділяється значна увага науковців, однак недостатньо висвітленими є шляхи подолання комунікативних бар'єрів у процесі практичної підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування. Переконані, що представлені у статті технології навчання призведуть до позитивних комунікаційних зрушень у студентів.

**Мета статті** – розкрити особливості комунікативних бар'єрів фахівців сфери обслуговування.

Згідно з метою було поставлено такі **завдання**: розглянути сутність понять «комунікація», «спілкування», «комунікативний бар'єр» в загальному сенсі; розкрити підходи науковців щодо розуміння комунікації, спілкування, комунікативного бар'єру; представити конструктивні шляхи подолання комунікативних бар'єрів майбутніми фахівцями сфери обслуговування.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Перш, ніж почати висвітлення проблеми комунікативних бар'єрів у спілкуванні фахівців сфери обслуговування, з'ясуємо сутність ключових понять – «комунікація», «спілкування», «комунікативний бар'єр».

Термін «комунікація» походить від латинських *communicatio* – «зв'язок, повідомлення» [12, с. 543], *communico* – «роблю загальним, поєдную» [13, с. 347]. Педагогічний словник представляє тлумачення даного поняття як «спілкування, передавання інформації від людини до людини, специфічна форма взаємодії людей у процесі пізнавально-трудової діяльності за допомогою мови чи інших знакових систем» [10, с. 259]. В Українському педагогічному словнику С. Гончаренка поняття комунікації сформульоване як «риса особистості, здатність її до спілкування з іншими людьми, товариськість. Формується в процесі

життя й діяльності людини в соціальній групі» [6, с. 174].

Спираючись на дослідження науковців, визначаємо декілька трактувань: комунікація відноситься до галузі передачі й прийому інформації, а спілкування – до процесів самоорганізації; будь-яка комунікація є спілкуванням, але не кожне спілкування – комунікацією, тобто існує низка ситуацій, коли спілкування індивідів проходить без комунікативних зв'язків [3]; комунікація пов'язана з інформаційними процесами, а спілкування представляє основну структуру свідомості [1, с. 97]. Цікавим для нас є погляди на поняття «комунікація», яке розглядається як: «мистецтво, якому можна навчитися тільки через досвід і яке потребує наявності певного таланту» [4] та «міжлюдське спілкування, або ж комунікація, є необхідною для культурних інновацій у суспільстві, без якого немислиме людське життя» [8, с. 17].

Комунікативні бар'єри – це «перешкоди на шляху поширення та розуміння інформації, що виникають у спілкуванні через непорозуміння у стосунках між людьми» [11]. Бар'єри спілкування – це порушення, що ускладнюють діалог і можуть спровокувати вербальний конфлікт. Причиною його виникнення є: недотримання меж комунікативного простору, розбіжність у цілях і потребах, особиста неприязнь, психологічні й когнітивні перешкоди, різний рівень комунікативної компетентності, невідповідність ситуації спілкування [2, с. 67]. Розглядаються такі інтерактивні порушення та ускладнення, як: мовний (комунікативний) шум (перешкода), комунікативний дискомфорт, комунікативну девіацію, комунікативну (мовленнєву) невдачу та ін., що виникають через зовнішні чинники, недостатню компетенцію мовців [2, с. 3]. Комунікативні бар'єри виникають унаслідок низької мотивації, неадекватної самооцінки, несприятливої психологічної атмосфери та відсутності навичок й умінь, необхідних для реалізації процесу спілкування [16]. Комунікативний бар'єр – це різновид психологічного бар'єра, що чинить перешкоди на шляху передання інформації від комунікатора до реципієнта [14].

Таким чином, орієнтуючись на наукові підходи щодо визначення суті комунікативних бар'єрів, виокремлюємо ті з них, які можна віднести до професійної поведінки фахівця сфери обслуговування, загалом: комунікативні бар'єри – це труднощі, що ускладнюють процес спілкування між комунікантами внаслідок низького рівня сформованості комунікативної компетентності учасників діалогу, зокрема: невміння орієнтуватися в умовах спілкування, використовувати мовні засоби у процесі здійснення комунікації, невміння вступати в контакт, встановлювати й підтримувати розмову з клієнтом, контролювати його емоційний стан.

Для подолання комунікативних бар'єрів фахівцями сфери обслуговування важливо визначити

конструктивні шляхи до їхньої професійної успішності в умінні комунікувати з клієнтами. Так, означене завдання пропонуємо вирішити через посилення уваги до змісту теми «Професійна поведінка» дисципліни «Основи психології» (у межах якої розглядаються правила ефективної комунікації, комунікативні бар'єри, особливості міжкультурної комунікації та комунікації з клієнтами-іноземцями, а також безконфліктної комунікації в стосунках «керівник – підлеглий») та використання в освітньому процесі провідних форм впливу на студентів, а саме: дискусій, аналітичної й порівняльної творчої діяльності, практичних відпрацювань.

Проілюструємо прикладами добірку навчальних технологій, спрямованих на формування вмінь передкомунікативного орієнтування, вмінь встановлювати контакт, вступати в комунікативну взаємодію, на опанування професійною лексикою, оволодіння технікою і культурою мовлення.

Передусім визначимо, що для ефективної комунікації фахівця сфери обслуговування великого значення набуває його здатність організувати й здійснювати презентацію продуктів (процесів) діяльності; володіння техніками успішних продажів.

Зауважимо, що навчання студентів психологічних законів ефективної презентації відбувається через практичні тренінги, у межах яких студенти створюють моделі презентації продукту, враховуючи вимоги до структурних компонентів презентації:

- Експозиція – встановлення першого враження від себе як презентера. Мета: викликати інтерес до себе й своєї теми.
- Вступ – налаштування аудиторії на логіку отримання інформації. Мета: представлення плану виступу.
- Основна частина – представлення тексту презентації, орієнтація на особистісні потреби аудиторії, які має задовольнити придбання презентованого продукту; важливим є виділення ключових позицій (для засвоєння аудиторією презентер має обмежити ключові позиції до трьох) і переходи-зв'язки.
- Резюме – ущільнення змісту презентації, повторення основних тез. Мета – сформувати чіткий алгоритм інформації про продукт.
- Висновок – вихід із контакту, «закриття спілкування», мажорність інтонації. Мета – вираження слухачам подяки за витрачений час, фінальна спроба переконати слухачів.

Для формування вмінь організувати ефективно спілкування з різними за світосприйняттям типами клієнтів студентів ознайомлюємо з інформацією про особливості репрезентативної системи людини: візуальної, аудіальної, кінестетичної. Так, шляхи, через які ми одержуємо, зберігаємо й кодуємо інформацію у своєму мозку, – картинки, звуки, відчуття, заходи й смаки свідчать про особливості сприйняття інформації із зовнішнього

світу: «візуали» можуть створювати ясні уявні образи й думати головним чином картинками, «аудіали» сприймають звуки, «кінестетики» засновують свої дії здебільшого на власних відчуттях щодо ситуації. Зауважуючи на означене, фахівці сфери обслуговування мають враховувати стиль висловів конкретного клієнта – із віднесенням його до відповідного типу світосприйняття – і пропонувати йому послуги у висловлюваннях, які впливають саме на його сприймання. Студентам даємо завдання провести спостереження за комунікацією клієнтів (у межах практики) і визначити фрази, які б дозволили віднести споживачів до конкретного виду репрезентативної системи. При цьому беремо до уваги типові слова й вислови, які використовує клієнт для вираження своїх думок.

Результатом означеної аналітичної діяльності стає усвідомлення студентами важливості побудови діалогу з клієнтом у зручному й зрозумілому йому стилі, тобто фахівець сфери обслуговування має прилаштовуватись до репрезентативної системи клієнта й формулювати фрази із застосуванням виразів, які той сприймає найбільш активно й позитивно.

Оскільки контекстне викладання дисципліни має враховувати потреби конкретної спеціальності, актуальними знаннями з психології для фахівців сфери обслуговування визначаємо ті, що стосуються досягнення взаєморозуміння, подолання заперечень і створення переваг продуктів і послуг у процесі їх продажів. Для досягнення означеної мети студентів залучаємо до створення пам'ятки ефективного комунікатора-продавця, що містить поради привернення уваги, збудження інтересу й бажання, а також стратегій завершення продажів. Так, актуалізуємо психологічні знання про перевагу мимовільної уваги людини способами незвичного (помітний шрифт заголовку, акції, ціни тощо), звукових ефектів (музика, оригінальний слоган).

Найбільшої уваги потребує формування вмінь завершити продаж, оскільки більша частина методів завершення продажів містить у собі використання закритих запитань та очікування відповідей покупця. Зважаючи на означене, студентів ознайомлюємо із стратегіями завершення продажів:

- альтернативного запитання – пропозиції вибору без вибору (між відповіддю «так» і «так»);
- подолання заперечень – на заперечення клієнта щодо покупки товару давати відповіді у формі «якщо ..., тоді...» (при цьому відповісти на всі заперечення, але за умови, якщо клієнт дійсно зацікавлений товаром) – таким чином реалізується модель комунікації, спрямованої на подолання, а не на обхід заперечень;
- допустимості відтермінування покупки. Якщо покупець говорить «я подумаю» – слід припинити умовляння, оскільки в такому випадку найімовірніше він відмовиться від покупки – краще

запропонувати клієнтові допомогу в наданні додаткової інформації щодо товару.

Усвідомлення зазначеної інформації дозволяє сформувати в майбутніх фахівців сфери обслуговування уміння проєктувати й реалізовувати ефективні стратегії комунікації зі споживачами з метою їх переведення в групу реальних клієнтів.

Визначаючи актуальність психологічного знання потребово-мотиваційної сфери особистості для галузі сфери обслуговування, звертаємо увагу студентів на проблему комунікативних бар'єрів, що можуть стати негативним фактором у спілкуванні фахівця сфери обслуговування і його клієнта (або потенційного клієнта). Ми орієнтуємо студентів на розпізнавання комунікативних бар'єрів психологічного й культурологічного змісту. За законами психології (Д. Адлер, А. Бек, К. Роджерс, Б. Скіннер, З. Фройд, К. Хорні, К. Юнг та ін.) психологічні перешкоди в спілкуванні пов'язані з тривожністю особистості (З. Фройд), конфліктом комплексу неповноцінності й прагнення до переваги (Д. Адлер), деструктивним впливом середовища, що викликає фрустрацію, страх взаємодіяти (Б. Скіннер), неадекватною інтерпретацією ситуації (А. Бек) та іншими факторами, що стосуються психічних особливостей особистості. В аспекті нашого дослідження найбільш цікавою видається теорія бар'єрів спілкування, визначених А. Холлом. Так, науковець стверджує, що перцептуальні перешкоди можуть виявлятися в тому, що людина сприймає те, чого немає, або не сприймає того, що є. Перше може бути пов'язане зі схильністю до ілюзій, а також із суб'єктивністю визначення важливого. Друге може бути наслідком дефектів органів відчуття; інтелектуальних перешкод (швидка й дуже енергійна критика власних ідей, надмірне звуження завдань або недостатнє їх обмеження); емоційних перешкод (страх висловлюватися першим, щоб не бути піднятим на сміх колегами й начальниками, недостатньої впевненості в собі).

Важливим аспектом у роботі з комунікативними бар'єрами стає визнання їх особливостей щодо взаємодії з представниками інших культур. Тут корисними визначаємо теоретичні напрацювання І. Глазкової, яка серед комунікативних бар'єрів (психолінгвістичних; загальнопсихологічних; соціально-психологічних; організаційно-психологічних) виділяє ті, що виникають через відмінність у системах перекодування комунікатора й реципієнта (інформація проходить через своєрідні «фільтри») [5]. Невідповідність фонетичного, семантичного, стилістичного й логічного тезаурусів, понять, знаків, символів, на думку представників цього напрямку, породжує нерозуміння в спілкуванні. Такі бар'єри виникають у спілкуванні з іноземцями, зокрема в процесі перекодувань невербальної інформації, коли один і той же жест (наприклад, «так» і «ні» у культурі індійців) може

значити кардинально протилежне, а значить його прочитання має бути відповідно скориговане.

Означена проблема представлена в аспекті нашого дослідження як дуже актуальна, оскільки вона стосується комунікації фахівця сфери обслуговування з іноземними клієнтами. Тож визначаємо необхідним підготувати студентів до розуміння «табу» у спілкуванні з іноземцями різних культур [7]:

- не торкатись тіла іноземця-мусульманина (у культурній традиції Сходу торкання до тіла є неприпустимим, оскільки порушує гідність людини);
- потирання носа – для бельгійців означає «ти п'яний» – тож цим можна образити людину;
- погляд мимо очей – неввічливий для представників південних країн;
- погляд в очі в більшості культур – неприємний для спілкування;
- жест із викиданням великого пальця угору (у нас означає «все гаразд») – для греків тлумачиться як «заткнись» [15].

З огляду на те, що професійна активність фахівця сфери обслуговування обумовлена підтримкою керівництва, важливості набуває уміння розпізнавати бар'єри в комунікації на рівні «підлеглий – керівник». Такі бар'єри П. Хілл відносить до організаційних і розрізняє їх за змістом: прагнення до негайного використання ідей; звичну недовіру до оригінального рішення; прагнення керівництва вказувати творчо мислячим людям, що і як робити; ієрархічну організаційну структуру; небажання керівництва покладати відповідальність на підлеглих; відсутність довгострокових цілей; розбіжності усередині керівництва щодо основних цілей; невдачу експерименту; часту зміну основних рішень; відсутність ефективної системи контактів між підлеглими й керівниками; горизонтальний, а не вертикальний потік нових ідей; невміння керівництва виявляти й заохочувати творчі здібності; негативне відношення керівництва до нових ідей; небажання керівництва ризикувати; неправильне використання або неправильний розподіл матеріальних благ; задоволеність існуючим положенням; прагнення дотримуватися заведеного порядку або слідувати сталій практиці; відмова в прийомі на роботу творчо мислячим людям [9].

Зважаючи на означене, пропонуємо студентів залучити до дискусії за темою «Вплив непорозуміння підлеглих із керівником на комфорт клієнтів». Майбутні фахівці характеризують комунікативні бар'єри в корпорації «по вертикалі», за яких ініціативні працівники «проголосують ногами» в конкуруючий заклад:

- бюрократія в ухваленні оригінальної пропозиції, що надійшла від підлеглого;
- розбіжності між представниками керівництва в ухваленні рішень, коли підлеглому надають взаємно виключені накази;

- нові ідеї, які продукуються лише «зверху» без обговорення з працівниками сфери обслуговування, які безпосередньо спілкуються з клієнтами;
- недостатня мотивація ініціативних працівників.

**Висновки.** Вважаємо, що реалізація у процесі підготовки майбутніх фахівців сфери обслуговування зазначених у статті технологій подолання комунікативних бар'єрів призведе до позитивних комунікаційних зрушень у студентів, надасть їм можливість відчувати задоволення від продуктивної міжособистісної взаємодії та подолати невпевненість у собі.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Буряк В.Д. Комунікативно-концептуальна специфіка інформаційно-художньої свідомості. *Вісник Дніпропетровського університету. Історія і філософія науки і техніки*. 2000. Вип.7. С. 95–103.
2. Войцехівська Н.К. Конфліктний дискурс в українській художній літературі: структурний, семантичний, комунікативний і лінгвокогнітивний аспекти : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.01 / Інститут мовознавства імені О.О. Потебні НАН України. Київ, 2018. 512 с.
3. Волкова Н.П. Педагогіка. Київ : Академія, 2002. 576 с.
4. Волкова Н.П. Професійно-педагогічна комунікація: теорія, технологія, практика: монографія. Дніпропетровськ : РВВ ДНУ, 2005. 304 с.
5. Глазкова І.Я. Компетентність майбутнього вчителя у запобіганні та подоланні педагогічних бар'єрів : монографія. Бердянськ : Вид. О.В. Ткачук, 2013. 416 с.
6. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. Київ : Либідь, 1997. 376 с.
7. Корнева Л.М. Невербальні засоби у міжкультурній комунікації. URL : <http://dSPACE.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/74032/26-Korneva.pdf?sequence=1> (дата звернення 01.03.2023).
8. Лалл Джеймс. Мас-медіа, комунікації, культура: глобальний підхід / ред. О. Гриценка, Н. Гончаренко; пер. з англ. О. Гриценка та ін. Київ: К.І.С., 2002. 264 с.
9. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління : посіб. Київ : Академвидав, 2003. 568 с.
10. Педагогічний словник / за ред. М.Д. Ярмаченка. Київ: Пед. думка, 2001. 516 с.
11. Психологічний словник /авт.-уклад. В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова; за ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с.
12. Словник іншомовних слів / уклад.: Л.О. Пустовіт та ін. Київ: Довіра, 2000. 1326 с.
13. Словник іншомовних слів / уклад.: С.М. Морозов, Л.М. Шкарапута. Київ: Наукова думка, 2000. 680 с.
14. Федосова Г.Л. Соціально-психологічні умови подолання комунікативних бар'єрів студентської молоді : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / Ін-т психології ім. Г.С. Костюка АПН України, Київ, 2007. 20 с.
15. Юр'єва О.Ю. Особливості невербальної передачі інформації в процесі міжкультурної комунікації. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2009. Вип. 11. С. 95–102.
16. Яковлева Н.В. Психолого-педагогічні умови подолання комунікативних бар'єрів у процесі вивчення іноземної мови : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 / Націон. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова, Київ, 2003. 20 с.