

VYBRANÉ ASPEKTY KOMUNIKÁCIE**SELECTED ASPECTS OF COMMUNICATION****Jarmila Novotná–Ladislav Mura****Abstract**

Communication is one of the important subsistence activities of man. Permeates virtually all parts of our being and affects him. Determines our whole personality. Developed communication skills can be considered as one of the most important conditions for learning in all schools, to establish and maintain productive relationships for successful business management for small groups and for art to impress the public as a speaker. Simply ... communication is one of the basic assumptions of socialization of man. Without communication, the person can't develop in a mature social being who is ready to fulfil your life's purpose, roles and tasks. It is therefore an essential part of human life. Accompanied him in his personal, social or professional life.

It belongs among the most important activities of personnel, management and educational work. However, not all participants in the communication process can communicate effectively, even though her daily use. It is the communication through which people in any organization to work more effectively as a whole. The aim of the present article is to examine and analyse theoretically important phenomenon, which is undoubtedly communication.

Key words

Communication. Skill. Attribute of Communication.

Abstrakt

Komunikácia je jednou z významných existenčných činností človeka. Prestupuje prakticky všetky súčasti nášho bytia a ovplyvňuje ho. Determinuje celú našu osobnosť. Rozvinuté komunikačné zručnosti je možné považovať za jednu z najdôležitejších podmienok pri štúdiu na všetkých školách, pri naväzovaní a udržiavaní produktívnych vzťahov, pre úspešné podnikanie, pre vedenie malých skupín i pre umenie zapôsobiť na verejnosť ako rečník. Jednoducho... komunikácia je jedným zo základných predpokladov socializácie človeka. Bez komunikácie sa človek nemože vyvinúť v zrelú sociálnu bytosť, ktorá bude pripravená naplňovať svoje životné ciele, roly a úlohy. Je teda neodmysliteľnou súčasťou života človeka. Sprevádza ho v jeho osobnom, spoločenskom či profesionálnom živote.

Patrí medzi najvýznamnejšie aktivity personálnej, riadiacej a vzdelávacej práce. Avšak nie všetci účastníci komunikačného procesu dokážu komunikovať efektívne, aj napriek tomu, že ju denne využívajú. Je to práve komunikácia, prostredníctvom ktorej môžu ľudia v každej organizácii pracovať efektívnejšie ako celok. Cieľom predkladaného článku je teoreticky analyzovať a skúmať významný fenomén, ktorým komunikácia bezpochyby je.

Kľúčové slová

Komunikácia. Zručnosť. Atribúty komunikácie.

Úvod

Pojem komunikácia, ako jeden z najfrekvencovanejších výrazov modernej doby, sa používa vo viacerých vedných odboroch – ekonomických, manažérskych, prírodných,

spoločenských, umeleckých. Má široký význam, a to preto, že sa komunikuje v množstve situácií, v ktorých sa sledujú rôzne ciele a dospieva sa k rôznym výsledkom.

Vymedziť jednotnú definíciu pojmu **komunikácia**, je veľmi komplikované. Ide o mnohotvárnny jav, ktorý je predmetom skúmania mnohých vedných disciplín. Tie sa väčšinou zaoberajú iba niektorou stránkou komunikácie a tú pri jej definovaní zvyrazňujú. Preto v súčasnosti nie je k dispozícii všeobecne platná a absolútne akceptovateľná definícia, ktorá by vystihovala všetky stránky tohto javu. (Dimunová, 2008)

Najčastejšie sa komunikácia chápe ako špecifická forma sociálneho styku. Jej cieľom je podeliť sa o vhodnú informáciu s ostatnými ľuďmi, resp. odovzdávať významy v sociálnom správaní a sociálnych vzťahoch ľudí. Z uvedeného dôvodu je vnútorne spätá so vzájomným pôsobením ľudí, so sociálnou interakciou.

Umenie komunikovať sa považuje podľa mnohých odborníkov za jeden z najdôležitejších atribútov v každodennej činnosti človeka. (Nagyová, 1999) Bez komunikácie nie je možné motivovať iných k určitej činnosti, bez toho, aby nedošlo k osobnému kontaktu a rozhovoru s nimi.

Človek musí budovať dôveru v svoje osobné a profesionálne skúsenosti, musí byť schopný komunikovať aj s inými ľuďmi a zároveň ich vedieť ovplyvniť. Odosielateľ správy musí mať jasný pohľad na svet, na svoje pracovisko, na svoju prácu, ale aj pracovať v prostredí iných ľudí.

Efektívna komunikácia vyžaduje poznanie základných zložiek komunikačných vzťahov, poznanie priebehu procesu komunikácie, ale aj bariéry komunikácie. Umožní to efektívne a úspešné komunikovanie nielen v rámci interpersonálnych vzťahov, ale aj v širšom kontexte.

Materiál a metódy

Cieľom predloženého článku je priblíženie a skúmanie tohto významného fenoménu, ktorým komunikácia nepochybne je. Vzhľadom na obmedzený priestor sme našu pozornosť sústredili na prezentáciu vybraných aspektov komunikácie. Pri spracovaní článku sme vychádzali z primárneho prameňa – vlastnej publikácie a sekundárnych prameňov, ktoré tvorili publikácie významných odborníkov na komunikáciu. Z metodického pohľadu sme pri spracovaní článku využili základné vedecké metódy.

Výsledky a diskusia

Komunikácia sa vo všeobecnosti vymedzuje ako proces šírenia informácií s cieľom odstrániť či znížiť neistotu na oboch komunikujúcich stranách, pričom predmetom komunikácie sú dáta, informácie a znalosti. Je potrebné podotknúť, že ide to dvojstranný proces, ktorý má za cieľ dorozumieť sa. Informácie prebiehajú vo vnútri sociálnej skupiny všetkými smermi, pomocou rôznych komunikačných kanálov – teda pomocou ciest z miesta vzniku informácie, na miesto určenia (k príjemcovi) a späť. (De Vito, 2008)

Pri definovaní pojmu komunikácia nie je zhoda v odbornej literatúre, avšak každá definícia je podobná. Dimunová (2008) ju chápe ako spôsob dorozumievania, jednoducho pochopenie sa či zhoda myšlienok. V takomto poňatí je základným cieľom komunikácie to, aby si ľudia rozumeli, rozprávali rovnakým jazykom, zhovárali sa o jednej veci a dosiahli aj myšlienkový súlad. V súvislosti s cieľom nášho príspevku súhlasíme s definíciou, ktorú uvádzajú Mura – Čepelová – Heretik (2012), ktorí pojem komunikácia charakterizujú ako proces prenášania informácie od jednej osoby (prípadne skupiny) k druhej osobe (prípadne skupine).

Komunikácia existuje medzi ľuďmi vykonávajúcich rôznorodú činnosť. Prakticky môže mať rôzne podoby: zložitá, ale tiež jednoduchá, formálna, či neformálna, mnohé závisí od samotnej podstaty odosielaného odkazu a od vzťahu medzi odosielateľom a príjemcom.

Človek ako sociálna bytosť nezostáva iba na úrovni formálnej komunikácie. Utvára a formuje si neformálne vzťahy, v ktorých sa realizuje neformálna komunikácia. Prebieha medzi ľuďmi na základe častejšieho kontaktu, sympatie, spoločných záujmov. Z hľadiska sociálnych potrieb človeka a z hľadiska vytvárania dobrej atmosféry v rôznych spoločenstvách a v spoločnosti ako celku, je neformálna komunikácia nevyhnutná. Navzájom si oznamujeme nové informácie, vlastné predstavy a názory, pocity, subjektívne vnímanie nášho telesného a duševného stavu, želania a hodnotíme úroveň vzájomných vzťahov. Osobitne v dnešnej dobe je nesmierne dôležité vedieť prekročiť hranice svojho JA, snažiť sa vidieť očami druhého a vžiť sa do pocitov a myšlienok druhých. Nemôžeme sa tešiť z harmónie v medziľudských vzťahoch, pokiaľ sa nenaučíme pozitívnemu prístupu k životu. (Kollárik, 2004)

Komunikácia bez ohľadu na to kde sa realizuje má svoje formálne a neformálne hľadisko a svoje nároky na komunikačné zručnosti. Komunikácia na pracovisku, v internom prostredí má formálnu a neformálnu podobu.

Formálna komunikácia je determinovaná funkciou i potrebou získavať informácie o priebehu procesov a organizačnou štruktúrou inštitúcie a formálnymi hierarchickými vzťahmi. Z hľadiska smerovania ide prevažne o vertikálny smer.

Neformálna komunikácia prebieha najmä po horizontálnej osi a môže mať pracovný charakter (výmena názorov, myšlienok, konzultácia), alebo môže mať podobu nezáväzného súkromného rozhovoru. Zatiaľ prevládajúce strnulé vzťahy vychádzajúce z pevnej organizačnej štruktúry a tomu odpovedajúca hierarchická pracovná komunikácia sú viac na prekážku, lebo málo rozvíjajú iniciatívu ľudí. Postupne sa presadzujú tendencie na vytváranie tímov, tímovej zodpovednosti, kde manažéri sú skôr poradcami, koordinátormi ako nadriadenými v pôvodnom poňatí. To vyžaduje aj iný prístup ku komunikácii.

Interpersonálna komunikácia navzájom spája jednotlivcov, pričom sa považuje za primárny prostriedok manažérskej komunikácie. Môže byť (podľa už citovaných autorov) členená na tieto formy:

- Verbálna komunikácia: je základnou formou interakcie medzi ľuďmi. Môže sa uskutočňovať:

a) písomne: rieši problémy, ktoré vznikajú pri ústnej komunikácii,

b) ústne: zahŕňa osobný rozhovor, skupinovú diskusiu, poradu, telefonický rozhovor.

- Neverbálna komunikácia: znamená vysielanie a prijímanie správ iným médiami ako verbálnym. Obsahuje neverbálne vyjadrenia (prejavy ktoré sa vyjadrujú hlasovou moduláciou, pomocou tváre, fyzickým postojom, dotykmi a pod.), ktoré majú napomáhať lepšiemu pochopeniu informácií vyjadrených verbálne.

Neverbálna komunikácia zahrňuje širokú oblasť toho, čo signalizujeme bez slov či spolu so slovami ako „doprovod“ slovnej komunikácie. Podľa viacerých odborníkov sem patria postoje tela, pohľad očí, gestá a pohyby hlavou a mimiky, ale tiež dotyky, oblečenie a tón hlasu.

Úspešná komunikácia predpokladá okrem pochopenia zákonitostí komunikačného procesu a jeho zvláštnosti aj vytvorenie podporujúcej komunikačnej atmosféry, vhodné využívanie komunikačných nástrojov a prostriedkov, rešpektovanie zásad efektívnej komunikácie a zdokonaľovanie komunikačných zručností manažérov. (Szarková, 2007)

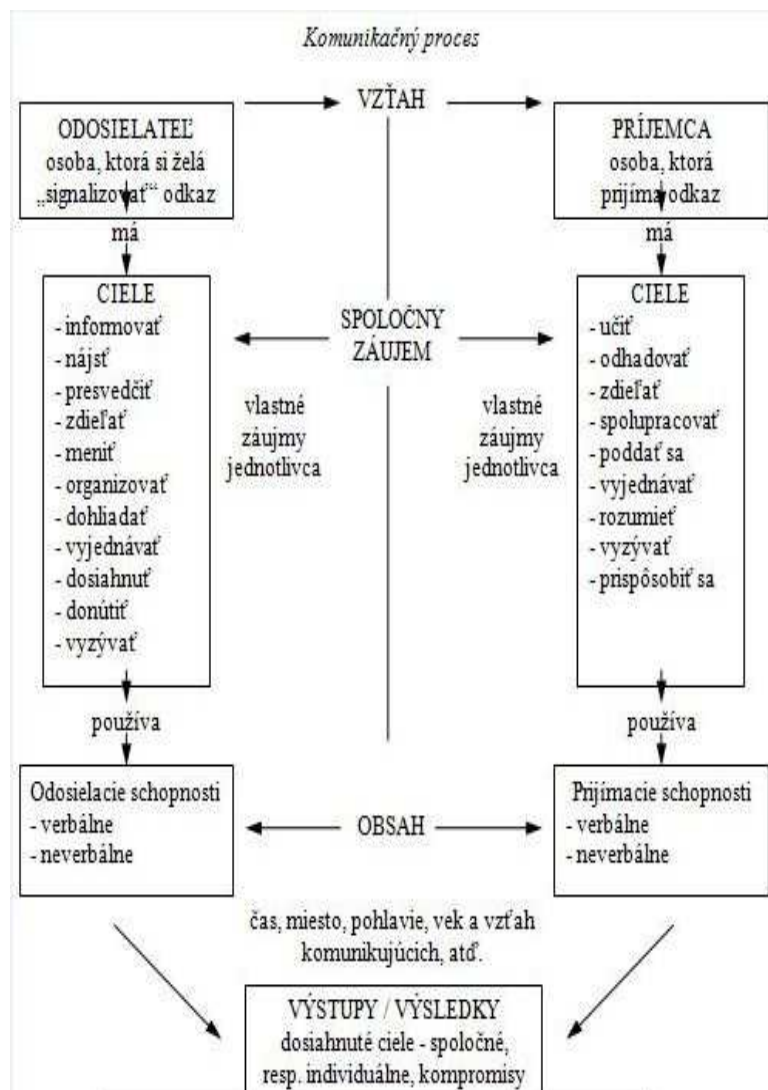
Na efektívnu komunikáciu sa využívajú viaceré prostriedky, nástroje a techniky. Medzi najbežnejšie patria rôzne verbálne hovorené nástroje (rozhovor, inštruktáž, slovné príkazy, hodnotenia...), verbálne písomné prostriedky (zápisnice, podnikové správy,

analytické materiály, vnútropodnikové normy, letáky, obežníky, informačné bulletiny, informačné tabule a pod.). Veľkým rozvojom prechádzajú technické informačné prostriedky. Práve nástupom moderných informačných technológií sa v súčasnej dobe urýchľuje proces výmeny informácií. Možnosti telefónu, faxu, rozhlasu a iných prostriedkov sú nahradzované internetom, elektronickou poštou, sieťami, eLearningom a pod.

Komunikácia je zároveň hlavným nástrojom hodnotenia ľudí, počnúc žiakom v základnej a strednej škole, cez študenta na vysokej škole až po pracovníka či top manažéra v podniku. Je významným prostriedkom ich motivácie a usmerňovaní, a preto by sa ľudia mali usilovať o zvládnutie zásad efektívnej komunikácie, zdokonaľovanie svojich komunikačných zručností a o zvládnutie efektívnych komunikačných techník.

Komunikačný proces je zložitý systém, ktorý sa skladá z dvoch základných subjektov: odosielateľa a príjemcu. Každý z nich sleduje svoje ciele, pričom sa usilujú dosiahnuť spoločný záujem, ktorý následne vyúsťuje do želaných výstupov. Medzi týmito subjektmi je spleť sieť vzťahov.

Efektívna komunikácia je jedným zo základných predpokladov fungovania medziľudských vzťahov. (De Vito, 2008) Práve poruchy v komunikácii sú často príčinou problémov v týchto vzťahoch, ako aj v nižšej efektívnosti relatívne správne zriadeného informačného systému. Komunikujem pri výbere cieľov, pri hľadaní najvhodnejších spôsobov ich naplnenia, pri riešení problémov či konfliktov. Komunikácia je hlavným nástrojom hodnotenia ľudí, ich motivácie a usmerňovaní, komunikujeme s dodávateľmi, so zákazníkmi, s predstaviteľmi štátnej správy, s verejnosťou. Preto je v záujme každého účastníka komunikačného procesu úsilie o zvládnutie zásad efektívnej komunikácie, zdokonaľovanie svojich komunikačných zručností a o zvládnutie efektívnych komunikačných techník.

**Graf 1. Komunikačný proces**

Zdroj: Nagyová, 1999

Na účinné využívanie komunikačných nástrojov a prostriedkov nám pomáhajú okrem osobnostných predností aj komunikačné zručnosti, píše Khelerová (1999). Ich význam narastá pri riešení zložitejších či neočakávaných problémov. Zvládnuť základné komunikačné zručnosti by sme mali všetci, ktorí sme účastníci sociálnych vzťahov. Nevedomujeme si, že nedokonalá komunikácia negatívne ovplyvňuje aj motiváciu ľudí. Demotivujúco pôsobia najmä nasledujúce komunikačné nedostatky:

- nevysvetlenie pravidiel, noriem činnosti,
- neinformovanie o cieľoch, súvislostiach a zmysle úloh,
- nesprávne formulácie, jazykové nedostatky, nesprávne používanie cudzích slov,
- nezáujem o potreby a názory ostatných, neschopnosť im načúvať,
- tendencia prijímať informácie iba od „svojich“ ľudí, nepreverovanie vierohodnosti zdrojov,
- nevytváranie podmienok na aktívnu účasť spolupracovníkov na riešení problémov (podceňovanie podriadených),
- podceňovanie samotného procesu komunikácie, zadržovanie a filtrácia informácií na jednotlivých stupňoch riadenia,
- zámerné neinformovanie (vlastných zamestnancov ako aj verejnosti) a iné.

Ako zdôrazňuje Kollárik (2004), komunikáciu je potrebné chápať predovšetkým ako sociálny proces, ako sociálny styk, ktorý umožňuje vzájomné vnímanie, odovzdávanie si významov pomocou výmeny informácií, ako aj vzájomnú reakciu na seba, vzájomné ovplyvňovanie postojov a činnosti. Je žiaduce, aby komunikácia prebiehala v primeranej, príjemnej, atmosfére.

Komunikačnú atmosféru chápeme ako určitú charakteristiku pracovných (formálnych i neformálnych) vzťahov, ktoré ovplyvňujú priebeh komunikácie medzi účastníkmi navzájom. Okrem osobnosti človeka tu svoju rolu zohráva podľa Khelerovej (1999) aj kultúra organizácie, tradície, niekedy i širšie sociálne prostredie. Autorka ďalej uvádza, že komunikačná atmosféra môže mať podobu podporujúceho ovzdušia, podporujúcej atmosféry alebo uzavretej, brzdiacej atmosféry.

Znaky podporujúcej komunikačnej atmosféry:

- informácie sú vecné, komunikácia je zameraná viac na riešenie problémov, na hľadanie možností, nie prekážok,
- podpora pozitívnej spätnej väzby, uznanie práva na chybu a poučenia sa z nej,
- otvorenosť, spravodlivé hodnotenie, cieľom kritiky je pomoc a náprava,
- starostlivosť, čestnosť, snaha o empatiu, pochopenie,
- rovnocennosť, nepovyšovanie sa účastníkov komunikačného procesu, vzájomná úcta, pocit istoty, podpora dobrých vzťahov a vysokého výkonu.

Znaky brzdiacej komunikačnej atmosféry:

- tendencia poskytovať zápornú spätnú väzbu, zdôrazňovať chyby a nedostatky, predpojatosť, negatívny prístup, hľadanie nedostatkov, v prípade neúspechu hľadanie viny,
- dirigovanie ľudí, nerešpektovanie ich názorov a skúseností, ľahostajnosť k ich potrebám a problémom, bariéry vo vzťahu s účastníkmi komunikácie,
- falošnosť, neúprimnosť, manipulácia, zneužívanie informácií,
- povýšenectvo, zdôrazňovanie právomoci, podpora servilnosti (päťolizáčstvu),
- dogmatické trvanie na príkazoch a pravidlách, uprednostňovanie noriem a pravidiel pred cieľmi, neochota počúvať a prijímať názory iných.

Otvorenosť alebo uzavretosť komunikačnej atmosféry má výrazný vplyv na motiváciu. V podporujúcej komunikačnej atmosfére majú ľudia pocit vlastného významu, zamestnanci sú ochotní voľne hovoriť, chcú prispieť svojimi názormi i činnosťou spoločnému cieľu. Človek, ktorý sa usiluje o rozvoj iniciatívy ľudí by mal dbať, aby sa v organizácii rozvíjala pozitívna podporujúca komunikačná atmosféra. Komunikačným štýlom rozumieme určitý ustálený spôsob komunikácie účastníkov komunikačného procesu, určité komunikačné návyky, ale aj vzťah k cieľom, obsahu a formám komunikácie.

Záver

V predložennom článku sme priblížili a skúmali významný fenomén súčasnej doby - komunikáciu. Vzhľadom na obmedzený priestor sme našu pozornosť sústredili na prezentáciu vybraných aspektov komunikácie. Dnes už nestačí, aby komunikácia iba informovala, musí tiež obsahovať aktívne počúvanie a otvorenú diskusiu. Poukázali sme na vzťah medzi účastníkmi komunikačného procesu, na motivujúce a demotivujúce faktory komunikácie, determinanty komunikačnej atmosféry. Problematika komunikácie je veľmi zložitá spleť vzťahov a väzieb a týka sa každého človeka v rôznych osobných, edukačných a pracovných oblastiach.

Literatúra

DIMUNOVÁ, J. *Kompendium komunikace*. Uherský Brod : Eurotisk, 2008. 77 s. ISBN 978 – 80 – 254 – 2002 – 7

De VITO, J. *Základy mezilidské komunikace*. Praha: GradaPublishing, 2008, 502 s. ISBN 80-2472-018-0

KHELEROVÁ, V. *Komunikační a obchodní dovednosti manažera*. Praha: GradaPublishing, 1999. 183 s., ISBN 978-80-247-3566-5

KOLLÁRIK, T. a kol. *Sociálna psychológia*. Bratislava: FSEV, UK, 2004. ISBN 80-223-1841-8

MURA, L., ČEPELOVÁ, S., HERETIK, A. *Kapitoly z pracovnej a manažérskej psychológie*. Komárno: UJS, 2012, 108 s., ISBN 978-80-8122-055-5

NAGYOVÁ, L. *Sociálna komunikácia*. Nitra: SPU, 1999, 142 s., ISBN 80-7137-636-1

SZARKOVÁ, M. *Psychológia pre manažérov a podnikateľov*. 2. vyd. Bratislava : SPRINT, 2007. 288 s. ISBN 80-89085-77-6

Online recenzovaný časopis



ISSN 1338-1598

Kontaktná adresa autorov

doc. PhDr. Jarmila Novotná, PhD., Masarykova univerzita v Brne, Žerotínovo nám. 617/9,
601 77 Brno, doc.jn1@gmail.com

Ing. et Bc. Ladislav Mura, PhD., Univerzita J. Selyeho v Komárne, Bratislavská cesta 3322,
945 01 Komárno, ladislav.mura@gmail.com