

## РЕЗЮМЕ

**Т. Р. Гуменникова.** Пути активизации научно-исследовательской работы будущих управленцев учебными заведениями в процессе магистерской подготовки.

*В статье представлен анализ состояния научно-исследовательской работы будущих управленцев учебными заведениями в условиях подготовки в магистратуре. Презентованы пути ее активизации в высших учебных заведениях, где осуществляется специальная профессиональная подготовка на ступени магистр, направление – специфические категории, специальность 8.000009 «Управление учебным заведением». Выяснено, что современное высшее учебное заведение – это содружество, которое способно генерировать новые знания, развивать образовательную среду, заниматься инновационной научно-исследовательской деятельностью, где процесс подготовки в магистратуре занимает особое место.*

**Ключевые слова:** научно-исследовательская работа, магистр, управленец-исследователь, руководитель учебным заведением, научный руководитель, образовательное пространство, метод коучинга, цифровая грамотность.

## SUMMARY

**T. Gumennikova.** Ways of encouragement of the research work of future managers of educational institute during training for a master's degree.

*The analysis of condition of the research work of future managers of educational institutions during training for a master's degree is represented. The ways of encouragement of this research work in higher educational institutions are offered, where special vocational training for a master's degree is realized, the direction – specific categories, speciality 8.000009 «Educational institution management». The author of the article pays attention that modern higher educational institutes – is scientific concord which may make new knowledge, develop educational environment, be occupied with scientific and research activity. The training for a master's degree is take the special place.*

**Key words:** research work, master, manager-researcher, manager of educational institution, scientific adviser, educational area, coaching method, digital skills.

УДК 371.15:371.11:371.2«313»

**О. І. Мармаза**

Харківський національний педагогічний  
університет ім. Г. С. Сковороди

## КУЛЬТУРА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ЯК КОМПОНЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО КЕРІВНИКА НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

*У статті розкрито сутність понять «спілкування», «ділове спілкування», «культура ділового спілкування»; виокремлено основні компоненти культури ділового спілкування; схарактеризовано високий рівень сформованості культури ділового спілкування майбутнього керівника навчального закладу; проаналізовано його характерні ознаки: гнучкість, здатність вибрати найбільш доцільний стиль взаємодії в конкретній ситуації, володіння різноманітними засобами впливу на співрозмовників, добре усвідомлення сильних і слабких сторін спілкування.*

**Ключові слова:** спілкування, ділове спілкування, культура ділового спілкування, професійна культура, майбутній керівник навчального закладу.

**Постановка проблеми.** Культура спілкування, яка є суттєвим компонентом професійної культури фахівця, завжди виступала важливою професійною рисою керівника навчального закладу, оскільки для нього спілкування – один з основних засобів реалізації професійних завдань. Лише керівник із високим рівнем культури ділового спілкування здатний грамотно,

правильно, переконливо виражати власні погляди; налагоджувати сприятливі взаємини з педагогами, учнями, батьками, представниками громадськості; творчо й продуктивно вирішувати різноманітні проблеми та конфлікти; сприяти формуванню позитивного соціально-психологічного мікроклімату й гармонізації міжособистісних взаємин у шкільному колективі. Володіння культурою ділового спілкування свідчить про розкриття морально-духовного та інтелектуального потенціалу особистості керівника.

Аналіз тенденцій розвитку вищої освіти, сучасних підходів до підготовки керівника навчального закладу, теоретико-методичних робіт сучасних дослідників і власного досвіду викладацької діяльності дозволив виявити суперечності, що існують сьогодні у сфері досліджуваної проблеми: між суспільною потребою в культурі ділового спілкування майбутніх управлінців і недостатньою розробленістю теоретичних і методичних засад її формування під час навчання у вузі; між специфічними завданнями професійної підготовки керівників, які передбачають культуру ділового спілкування в майбутній професійній діяльності, й уніфікованістю освітніх програм і змісту освіти.

**Аналіз останніх досліджень.** Спілкування – це складний, багатоплановий процес установаження й розвитку контактів між людьми, породжуваний потребами спільної діяльності, що включає в себе обмін інформацією, формування єдиної стратегії взаємодії, сприйняття та розуміння іншої людини. Чим вище культура особистості, тим сильніше виявляється в неї потреба в спілкуванні. Саме в процесі спілкування і лише через спілкування може виявитися сутність особистості. «Окрема особистість, – писав Л. Фейєрбах, – як щось відособлене, не містить людської суті в собі ні як в істоті моральній, ні як у мислячій. Людська сутність виявляється тільки в спілкуванні, в єдності людини з людиною, в єдності, що спирається лише на реальні відмінності між Я і Ти» [6, 203]. Сама особистість – результат людського спілкування, яке є основною умовою особистісного розвитку. Таким чином, Л. Фейєрбах звертає увагу на інтерактивну функцію спілкування.

Сучасні наукові дослідження аналізують окремі питання професійної комунікативної культури майбутніх фахівців: педагогів (В. І. Кашницький, О. О. Кисельова, І. І. Комарова, Г. О. Кудрявцева, О. О. Позднякова, В. В. Полторацька, О. В. Прозорова, С. О. Рябушко, І. І. Тимченко), аграрників (Л. В. Барановська), медиків (О. В. Уваркіна), інженерів (С. В. Дрокіна, В. І. Іванова), журналістів (Л. В. Анпілогова), військовослужбовців (М. М. Іваєнко, С. В. Капітанець, М. С. Коваль),

працівників сфери туристичного бізнесу (В. В. Монжієвська), міжнародників-аналітиків (О. О. Рембач).

Проблема формування культури менеджерів досліджувалася Н. Ф. Долгополовою, В. А. Лівенцовим, Ю. В. Ситниковою, В. П. Черевко та ін. Культура керівника навчального закладу стала об'єктом вивчення Л. І. Даниленко, Л. М. Карамушки, С. В. Королук, Р. І. Черновол-Ткаченко. Проте мало уваги приділяється проблемі формування культури ділового спілкування в процесі вузівської підготовки майбутніх керівників навчальних закладів.

**Мета статті** – на основі аналізу сутності понять «спілкування», «ділове спілкування», «культура ділового спілкування» виокремити основні компоненти культури ділового спілкування та описати високий рівень сформованості культури ділового спілкування майбутнього керівника навчального закладу.

**Виклад основного матеріалу.** За С. І. Ожеговим, спілкування – це взаємні стосунки, діловий або дружній зв'язок. Згідно зі словником Уебстера, «спілкуватися – повідомляти, передавати, давати або переправляти; зробити відомим за допомогою інформації, розмовляти, брати участь у бесіді». Спілкування визначається як «акт або факт комунікації» [7, 195].

Для визначення компонентів спілкування як основи для побудови моделі ділового спілкування необхідно з'ясувати функції, структуру, форми спілкування.

У низці робіт виділяються такі функції спілкування: інформаційно-комунікативна, пізнання людьми один одного, організація міжособистих взаємин, взаємовплив людей один на одного і пристосування в спілкуванні (В. А. Кан-Калік); інструментальна, за допомогою якої здійснюється обмін інформацією в процесі спільної діяльності; самовираження, що реалізується в досягненні взаєморозуміння між суб'єктами (Г. В. Бороздина) та ін. В. Е. Руденський і В. Н. Панферов найбільш повно розкрили у своїх роботах такі функції спілкування, як самовираження, трансляція, експресивність, соціальний контроль, соціалізація; досліджено комунікативну, інформаційну, когнітивну, креативну функції (В. А. Будянська).

Загальноприйнятими трьома взаємозв'язаними функціями спілкування можна вважати: комунікативну, інтерактивну й перцептивну. Комунікативна функція спілкування полягає в обміні інформацією між людьми. Інтерактивна функція спілкування полягає в організації взаємодії між індивідами, тобто в обміні не тільки знаннями й ідеями, а й діями. Перцептивна функція спілкування означає процес сприйняття один одного як партнерів спілкування та встановлення на цьому ґрунті взаєморозуміння.

Аналіз наукових джерел свідчить, що проблема ділового спілкування розглядається здебільшого в контексті професійної діяльності (роботи І. В. Андреева, Н. В. Гаськової, Н. М. Громової, М. В. Колтунової, Ф. А. Кузіна, В. Н. Панкратова, Н. Д. Творогової та ін.). Ділове спілкування виникає між людьми в процесі виконання професійної діяльності, яка, у свою чергу, відображається в спілкуванні, накладає на нього певні відбитки. Тому розглядати поняття «ділове спілкування» доцільно в контексті конкретної професійної діяльності. Для визначення сутності ділового спілкування майбутнього керівника звернемося до поглядів тих авторів, які з'ясовували загальні ознаки ділового спілкування.

«Ділове спілкування – процес установалення і розвитку контактів між людьми, який породжується потребами їх спільної діяльності. Змістом ділового спілкування є обмін інформацією і досвідом, який передбачає досягнення певної мети та вирішення конкретної проблеми», – вважає І. І. Амінов [1, 12]. «Ділове спілкування – це процес взаємозв'язку і взаємодії, в якому відбувається обмін діяльністю, інформацією, досвідом, який передбачає досягнення певного результату, вирішення конкретних проблем чи реалізацію певної мети», – стверджує Г. В. Бороздіна [2, 56]. Ділове спілкування характеризується тим, що має специфічну мету та є способом організації й оптимізації того або іншого виду діяльності – економічної, політичної, наукової та ін. Є. В. Руденський доцільно наголошує на тому, що «ділове спілкування – форма діяльності, що здійснюється між людьми як рівними партнерами і приводить до виникнення психічного контакту, взаємовпливу, взаємопереживання та взаєморозуміння» [4, 13].

Таким чином, ділове спілкування – це взаємодія між людьми в процесі діяльності з метою обміну інформацією, що стосується самої людини, навколишнього світу, виробничого процесу. Завдання ділового спілкування, на думку А. В. Троцько, І. М. Трубавіної, полягають у тому, щоб розпізнати наміри та індивідуальність партнера; організувати діяльність; забезпечити зворотний зв'язок (інформацію про результати цієї діяльності) [5].

Найважливішими складниками ділового спілкування, на наш погляд, є форми і засоби. Широкий спектр форм ділового спілкування надає можливість здійснення розвитку професійних якостей ділових партнерів і підвищення їх професійної культури. Форма характеризує спосіб реалізації комунікативного процесу. Один і той самий інформаційний зміст може бути реалізований на основі різних способів комунікації та спільної діяльності ділових партнерів. До основних форм належать: ділова бесіда, ділова нарада, ділові переговори, публічний виступ, прес-конференція, дебати, презентація, дискусія.

Другим важливим елементом структури ділового спілкування є його види. Залежно від змісту спілкування, виділяють такі види ділового спілкування: діяльнісне, когнітивне, мотиваційне, матеріальне. Діяльнісне ділове спілкування здійснюється у вигляді обміну ідеями, прийомами, вміннями, навичками у спільній професійній діяльності людей. Когнітивне ділове спілкування складається з обміну пізнавальним професійним і соціальним життєвим досвідом ділових партнерів, що здійснюється на базовому, соціально значущому для ділового спілкування професійному й на практичному рівнях. Мотиваційне ділове спілкування полягає в тому, що забезпечує виборчу спрямованість дій ділових партнерів, стимулює їх поведінкову активність і підтримує її на певному рівні за рахунок прагнень, бажань, потреб, інтересів. Матеріальне ділове спілкування виявляється в тому, що воно реалізується переважно в економічній сфері суспільства, пов'язаній із виробництвом безпосередніх матеріальних засобів, обміном матеріальними продуктами й послугами.

Третім суттєвим складником структури ділового спілкування є його засоби. Розрізняють лінгвістичні (вербальні) й паралінгвістичні (невербальні) засоби. Відповідно, спілкування, здійснюване за допомогою мови, називається вербальним, а за допомогою невербальних знаків – невербальним.

Вища школа готує майбутніх керівників до різноманітної діяльності: професійної, соціально-культурної, суспільної, закладає не просто конкретні знання визначеного діапазону й обсягу, а й фундамент соціальної ініціативи, здатності роботи з людиною і для людини. Формуючи культурний потенціал майбутнього керівника, вищий навчальний заклад визначає спосіб його життєдіяльності й соціального буття. Ось чому вже на етапі підготовки необхідно цілеспрямовано формувати професійну культуру майбутнього керівника навчального закладу.

Культуру ділового спілкування необхідно розглядати як складову професійної культури, засаду зростання майбутнього професіонала, оскільки вміння логічно й переконливо виражати свої думки в усній і писемній формі в даний час розглядається як неодмінний критерій ділового спілкування. У гуманітарній сфері культура ділового спілкування завжди була важливою професійною рисою, а тому наразі спілкування стало головним засобом реалізації виробничих завдань. Тільки фахівець із високо розвиненою культурою ділового спілкування здатний творчо розв'язувати різноманітні проблеми, що виникають у процесі діяльності; від рівня його культури багато в чому залежить ефективність праці.

Культуру фахівця можна охарактеризувати як вираження зрілості й розвиненості всієї системи соціально значущих особистісних якостей, продуктивно реалізованих у індивідуальній діяльності, як підсумок якісного розвитку особистості. Культуру фахівця Н. Б. Крилова бачить у сформованості таких складових, як: система знань та інтересів, що визначають кругозір особистості; система переконань, що утворюють світоглядний рівень; система вмінь і розвинених на їх основі здібностей, що виявляються в практичній діяльності; система індивідуальних норм поведінки й освоєних методів діяльності; система почуттів, що утворюють рівень емоційної культури [3]. Ми згодні з думкою, що «тільки всебічний розвиток особистості в поєднанні теоретичних і практичних форм фундаментальної, гуманітарної та спеціальної підготовки формує цілісну культуру фахівця, створює моральну, інтелектуальну й психологічну базу для праці в умовах інтенсивного розвитку виробництва, керування, науки й культури, формує широкий спектр творчих здібностей фахівця, мотивів і установок на продуктивну діяльність» [3, 37].

Під впливом сучасних вимог сформувалися основні кваліфікаційні вимоги до підготовки керівника навчального закладу: високий професіоналізм; досконале володіння новітніми інформаційними технологіями; високий рівень інтелекту, знань, умінь, навичок; високий рівень розвитку особистості; професійна мобільність та адаптація до світового інформаційного простору.

Розкриття сутності культури ділового спілкування майбутнього фахівця можливе в контексті розробленого у вітчизняній та зарубіжній психології особистісного підходу (К. А. Альбуханова-Славська, О. О. Бодальов, В. М. Мясищев, Г. Мюррей, Г. Олпорт, С. Л. Рубінштейн), який передбачає виділення двох взаємопов'язаних, але якісно відмінних рівнів спілкування – зовнішнього (поведінкового, технологічного) й внутрішнього (ціннісного), а також прийняту в соціальній психології диференціацію комунікативної, перцептивної й інтерактивної сторін спілкування (Г. М. Андреева, Л. А. Петровська та ін.) і специфіку професійної діяльності фахівців.

Проаналізувавши зміст культури ділового спілкування, ми виділяємо в структурі культури ділового спілкування майбутнього керівника навчального закладу три взаємопов'язані компоненти: мотиваційно-ціннісний, мовленнєво-інформаційний, операційно-діяльнісний.

Мотиваційно-ціннісний компонент описує комплекс мотивів, систему ціннісних орієнтацій і смислових установок керівника, які визначають загальну спрямованість ділового спілкування, характер та успішність взаємодії з партнерами. Майбутньому керівнику можуть бути притаманні й

такі мотиви: можливість принести соціальну користь суспільству; можливість брати активну участь у його діяльності; розвиток духовних здібностей особистості та ін. Естетичні мотиви дозволяють відчувати радість і задоволення від праці; вони сприяють усвідомленню краси праці. Пізнавальні мотиви дають змогу використовувати власні здібності та постійно самовдосконалюватися. Матеріальні мотиви допомагають зрозуміти престижність управлінської діяльності й полягають у забезпеченні стабільного майбутнього, добре оплачуваній роботі. Зрештою, престижні мотиви забезпечують широке підвищення кваліфікації та професійне зростання, розуміння високого престижу діяльності серед друзів, знайомих, інших людей.

Вимоги до формування культури ділового спілкування майбутнього керівника потребують визначення особистістю чітких ціннісних орієнтацій. Це може бути можливим лише тоді, коли він добре усвідомлює свою роль і своє місце у суспільстві, відчуває гідне ставлення оточуючих до себе, коли в нього розвинене відчуття самовпевненості й прагнення до самовдосконалення. Прагнення активності, розвиток здібностей і відчуття впевненості, спроможності самостійного вирішення завдання покладається на власний розсуд майбутнього керівника.

Мовленнєво-інформаційний компонент відображає комунікативно-смісловий аспект професійної взаємодії майбутнього керівника: використання вербальних і невербальних засобів обміну інформацією; комунікативні якості ділового мовлення (правильність, чистоту, точність, логічність, доступність, лаконічність, доречність, етичність і дієвість); техніку підготовки та проведення публічних виступів; володіння прийомами ведення продуктивної дискусії в ситуаціях ділової взаємодії; можливість отримувати інформацію, аналізувати, обмінюватися нею, в тому числі й за допомогою новітніх засобів Інтернет.

У мовленнєво-інформаційному компоненті культури ділового спілкування ми виокремлюємо два аспекти: мовленнєвий (культура ділового мовлення майбутнього керівника) та інформаційний (культура обміну інформацією у діловому спілкуванні). Щодо лінгвістичних засобів ділове спілкування має відповідати таким вимогам: правильність мови, тобто її відповідність прийнятим літературним нормам; точність мови, тобто відповідність думкам того, хто говорить; ясність мови, тобто її доступність розумінню того, хто слухає; логічність мови, тобто її відповідність законам логіки: недбалість мови обумовлюється нечіткістю мислення; простота мови, тобто безпосередність, природність, відсутність химерності, «красивостей складу»; багатство мови, тобто різноманітність використовуваних у ній

мовних засобів; стислість мови, тобто відсутність у ній зайвих слів, непотрібних повторень; чистота мови, тобто усунення з неї слів не літературних, жаргонних, вульгарних, таких, що вживаються без особливої необхідності; жвавість мови, тобто відсутність у ній шаблонів, її виразність, образність, емоційність; благозвучність мови, тобто відповідність вимогам приємного для слуху звучання, підбір слів з урахуванням їх звукової сторони.

Інформаційний аспект у мовленнєво-інформаційному компоненті культури ділового спілкування передбачає формування культури обміну інформацією. Отримання, сприйняття, переробка та передача інформації майбутнього керівника обумовлена його професійними завданнями спілкування зі спеціалістами різного фаху (педагогами, учнями, технічним персоналом, батьками, представниками державних і приватних структур, адміністративними службовцями тощо). Сприйняття майбутнього керівника – це не просте сприйняття спеціалістом дійсності, а складний процес аналізу отриманої інформації та прогнозування подальших дій співрозмовників. В ідеалі воно повинно бути технологічним, включати професійне спостереження та інтерпретацію отриманої ззовні інформації.

Окрім прямого отримання інформації, існує ще й отримання інформації за допомогою різноманітних технічних засобів. До найсучасніших ми відносимо Інтернет. Інтернет-спілкування додає до традиційного спілкування нові можливості – відсутність меж та психологічного ризику, конструювання власної ідентичності, зміна способів самопрезентації, зниження чутливості емоційного впливу, сприяння особистісному розвитку, комунікативній відкритості й толерантності, професійний характер, необхідність дотримання норм мережного етикету (нетікету). Культуру Інтернет-спілкування можна визначити як складник загальної професійної культури майбутнього керівника, що відображає рівень оволодіння знаннями, зокрема в межах глобального комп'ютерного Інтернет-середовища, технологіями й етичними нормами взаємообміну інформацією, уміннями та навичками взаємодії в комп'ютерних мережах і використання їх у практичній діяльності відповідно до власних ціннісних установок та орієнтацій. Під впливом Інтернету доповнюються функції ділового спілкування, змінюється процес і зміст структури ділового спілкування, його форми. Виникають нові комунікативні форми, пов'язані з технологіями віртуальної реальності, феноменом інтерактивності. Інтернет доводить, що людство розвивається шляхом розширення взаємозв'язку і взаємозалежності різних країн, народів і їх культур у процесі ділового спілкування. Інтернет пропонує безліч можливостей ділового спілкування



на різних мовах, доступ до текстової та мультимедійної інформації, дозволяє друкувати свою інформацію, що сприяє розвитку загальної поінформованості про світ, формуванню вмінь взаємодії з різними культурами, установленню причинно-наслідкових зв'язків різних соціокультурних явищ і загальної соціалізації особистості.

Операційно-діяльнісний компонент розкриває зміст основних етапів комунікативної взаємодії, а також якості, знання й уміння, необхідні для їх виконання, типові стратегії, моделі, способи та прийоми організації взаємодії, які дають змогу ефективно здійснювати ділове спілкування. Основна діяльність із ділового спілкування відбувається в межах типових форм. Розглянемо деякі з ефективних форм ділового спілкування керівника навчального закладу: ділова бесіда – мовне спілкування між співрозмовниками, які мають необхідні повноваження від своїх організацій для встановлення ділових відносин, що сприяють вирішенню ділових проблем або пошуку конструктивного підходу до їх вирішення; ділові переговори – основний засіб узгодженого ухвалення рішень у процесі спілкування зацікавлених сторін; ділові наради – спосіб відкритого колективного обговорення проблем групою фахівців; публічні виступи – передача тим, хто виступає інформації різного рівня широкій аудиторії з дотриманням правил і принципів побудови мови й використанням ораторських прийомів. До вищеперерахованих віднесемо й такі, останнім часом популярні форми спілкування, як прес-конференції; дебати; презентації; дискусії тощо.

Високий рівень культури ділового спілкування у майбутніх керівників характеризується сформованістю комплексу знань, умінь, навичок щодо структури, форм, видів, засобів ділового спілкування, які адекватно й гнучко можуть застосовуватися в різних ситуаціях професійної взаємодії; чітко усвідомлюють цілі й завдання спілкування, власну мотивацію. Майбутні керівники з високим рівнем культури ділового спілкування вміють чітко висловлювати власні думки, здатні брати участь у ділових бесідах, обговорювати професійні питання, володіють багатим ціннісним тезаурусом, використовують лексику ділового спілкування з урахуванням усіх лінгвістичних засобів. Їх мовлення відрізняється правильністю, логічністю, точністю, доречністю та чистотою, дотриманням норм і правил мовленнєвого етикету. Вони об'єктивно оцінюють співрозмовника на основі спостереження за його жестами, мімікою й іншими паралінгвістичними вміннями, володіють прийомами активного слухання, уміють передбачати реакцію партнера на певні слова й учинки. Характерними ознаками високого рівня культури

ділового спілкування майбутніх керівників є гнучкість, здатність обирати найбільш доцільний стиль взаємодії в конкретній ситуації, володіння різноманітними засобами впливу на співрозмовників, добре усвідомлення сильних і слабких сторін спілкування. Вони володіють уміннями використовувати технічні засоби спілкування й уміннями здійснювати Інтернет-спілкування. Майбутні керівники з високим рівнем культури ділового спілкування адекватно усвідомлюють комунікативні труднощі й окремі недоліки власного спілкування, здатні до рефлексії та самооцінки, розуміють важливе значення культури ділового спілкування для майбутньої професійної діяльності, регулярно працюють над удосконаленням власної культури ділового спілкування.

**Висновки.** Конкурентоздатність майбутніх керівників навчальних закладів на освітньому ринку праці залежить не тільки від якості оволодіння ними сучасними управлінськими знаннями, уміння мислити й діяти в категоріальній системі управління, а й значною мірою від рівня сформованості їх культури, зокрема оволодіння культурою ділового спілкування.

Зростання обсягу змісту освітніх програм для підготовки керівного складу освіти не забезпечує вирішення наявних проблем формування високопрофесійного та висококультурного фахівця. Варіативність, індивідуальність, особистісний підхід – це шляхи удосконалення навчального процесу у вищому закладі та відкриті теми для досліджень, які на часі. Інтеграція України у світовий освітній простір обумовлює нові підходи до підготовки майбутніх керівників навчальних закладів, що збагачує навчальний процес у вищих навчальних закладах. Можливості використання світових досягнень у підготовці майбутніх керівників освіти потребує подальших наукових розвідок.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Аминов И. И. Психология делового общения / И. И. Аминов. – М. : Омега-Л, 2005. – 304 с.
2. Бороздина Г. В. Психология делового общения : учебное пособие / Г. В. Бороздина. – М. : ИНФРА, 1999. – 224 с.
3. Крылова Н. Б. Формирование культуры будущего специалиста / Н. Б. Крылова. – М. : Высшая школа, 1990. – 142 с.
4. Руденский Е. В. Основы психотехнологии общения менеджера / Е. В. Руденский. – М. : ИНФРА-М ; Новосибирск : НГАЭиУ, 1998. – 180 с.
5. Троцко А. В. Теория и методика делового общения / А. В. Троцко, И. Н. Трубина. – Х. : ХГПУ им. Г. С. Сковороды, 1999. – 110 с.
6. Фейербах Л. Избранные философские произведения / Л. Фейербах. – М. : Политиздат, 1955. – 676 с.
7. Webster's New International Dictionary of the English Language. – Springfield : Mass, 1934. – 3210 p.

### РЕЗЮМЕ

**А. И. Мармаза.** Культура делового общения как компонент профессиональной культуры будущего руководителя учебного заведения.

*В статье раскрыта сущность понятий «общение», «деловое общение», «культура делового общения»; выделены основные компоненты культуры делового общения; описан высокий уровень культуры делового общения будущего руководителя учебного заведения; проанализированы его характерные черты: гибкость, умение выбирать наиболее подходящий стиль взаимодействия в конкретной ситуации, владение разными средствами влияния на собеседников, осознание сильных и слабых сторон общения.*

**Ключевые слова:** общение, деловое общение, культура делового общения, профессиональная культура, будущий руководитель учебного заведения.

### SUMMARY

**A. Marmaza.** Standards of business communication as a component of professional culture future manager of educational establishment.

*The article discovers conception of «communication», «business communication», «standard of business communication»; main components of standards of business communication are separated; high level formation of standard of business communication of future manager in educational establishment are characterized in the article; the main characteristics of the high level of business communication are analyzed, among them: flexibility, ability to choose the most appropriate style of interaction in a particular situation, possession of different means of influencing the companion, a good awareness of the strengths and weakness of the communication.*

**Key words:** communication, business communication, standards of business communication, professional culture, future manager of educational establishment.