Chápanie pojmu komunikácia u budúcich manažérov a podnikateľov

Meaning of the term communication by future managers and entrepreneurs

Ing. Tomáš Mečiar

Ekonomická univerzita v Bratislave, Fakulta podnikového manažmentu

Abstract

This article deals with the meaning of the term communication in Slovak and other languages. It explores how this term is understood by future managers and entrepreneurs. It presents the process of examining the meaning associated with the term in their minds using a procedure called mental mapping (creation of a mental map). Using the analysis of the content of the obtained mental maps it identifies the correspondences and differences in the understanding of the term communicaton. Article arose out of project VEGA 1/4591/07.

Key words: communication, mental mapping, meaning associated with the term communication

Úvod

V súčasnej dobe je pojem komunikácia veľmi frekventovaný ako v odbornej, tak aj laickej verejnosti. Preto nastáva jeden z problémov pri používaní pojmu komunikácia, keďže sa názory na presné ponímanie pojmu komunikácia líšia. Wikipedia, otvorená encyklopédia (http://sk.wikipedia.org/wiki/Komunik%C3%A1cia) tiež definuje komunikáciu rôzne a vykresľuje iné pohľady na tento pojem. Definuje ju ako aj výmenu informácií, myšlienok, názorov a pocitov medzi živými bytosťami obyčajne prostredníctvom spoločnej sústavy symbolov.
Komunikácia je chápaná ako schopnosť a zručnosť odovzdávať, spracúvať, sprostredkúvať a prijímať určité znamenia, signály a informácie.[1]

Čo všetko odráža pojem komunikácia[2]

Dôvodom na skúmanie obsahu pojmu komunikácia bol jednak nejednotný výklad tohoto pojmu, jednak jeho frekventovanosť v teoretickom jako aj praktickom svete manažmentu, jednak jeho častá modifikácia a nepresné lingvistická, psychologická a sociálna aplikácia. N ilustráciu uvádzame rozptyl chápania pojmu komunikácie v základných teoretických prácích manažmentu:

- Slavomír Gálik: Komunikácia je tým lepšia, čím sa viac necháme unášať rytmom dialógu. Pri zastavení zistíme, že rozhovor mal i svoju logiku. Samotnú logickú nesúvislosť najlepšie zažívame v priebehu samotného dialógu, a to ako určité záseky, či nejaké rušivé disharmonické tóny. Práve takéto roztržitosti nás nútia vrátiť sa späť a znova nachádzať pôvodný rytmus a ním prekonať zabrzdenia.
- Karl Jaspers: komunikácia je proces, v ktorom sa Ja stáva sebou samým tak, že sa odhaľuje v druhom. Tento proces seba otvárania sa v komunikácii je onen osobitý boj, ktorý je zároveň láskou: boj milujúc, boj, ktorý nespočíva v harmonickom nazeraní sveta, ktoré vonkoncom znemožňuje komunikáciu, ale ktorý spochybňuje a sťažuje, pri neporovnateľnej solidarite tých, ktorí sú takto v styku, je náročnou výzvou.
- Jürgen Habermas: Habermas rozlišuje ideálnu komunikáciu, t. j. komunikáciu zbavenú panstva, nezaťaženú mocenskými pomermi, t. j. vnútornými psychickými zábranami vyvolávanými vonkajším nátlakom, a komunikáciu zaťaženú ideologicky, t. j. odohrávajúcu sa v spoločnosti, kde existujú mocenské vzťahy. Ideologicky zaťažená komunikácia však mlčky predpokladá onú ideálnu komunikáciu.
- Michael Kunczik: komunikácia je interakcia prostredníctvom oznámenia, prostredníctvom odovzdania informácie od jednej osoby k osobe druhej.

Pokiaľ má dôjsť v priebehu medziľudskej komunikácie k vzájomnému porozumeniu, je dôležité, aby komunikujúci chápali používané pojmy v rámci komunikácie rovnako. Pokiaľ by bol pojem chápaný z každej strany inak, môže dôjsť ku rôznym problémom ako v osobnom tak aj v pracovnom kontexte.

---

[1] SZARKOVÁ, M.: Komunikácia v manažmente, Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2002, s. 9.

[2] www.wikipedia.sk

Výber a zdôvodnenie metód na získanie informácií o obsahovej integrite pojmu komunikácia

Zatiaľ čo kvantitatívne postupy skúmania sociálnych javov sú založené na kvantitatívnom mapovaní výskytu určitých znakov, ktoré treba predtým definovať, cieľom kvalitatívnych výskumných postupov je získať informácie o skúmanom jave; výskumný postup je preto organizovaný tak, aby zúčastnené osoby odpovedali a reagovali podľa toho, čo oni sami považujú v danej súvislosti za relevantné. [3] Vychádzajúc z uvedeného sme na zisťovanie obsahu pojmu komunikácia použili kvalitatívne metódy, ktoré umožňujú na rozdiel od kvantitatívnych metód, zachytiť málo frekventované, ojedinelé, svojím obsahom originálne údaje, ktoré pre tvorbu komplexného obrazu skúmaného javu však môžu mať podstatný význam. Na ilustráciu uvádzame výsledky získané jednou z kvalitatívnych metód – metódou aplikácie mentálnych máp alebo metódu tvorby mentálnej mapy.

Interpretácia údajov vnímania obsahu pojmu komunikácia získaných metódou „tvorby mentálnych máp“

Cieľom prieskumu bolo zistiť ako chápu pojem komunikácia študenti, pripravujúci sa na profesiu manažéra, v ktorej sa komunikácia považuje za základný nástroj riadenia a vedenia ľudí.
Cieľovú skupinu tvorili študenti1. ročníka druhého stupňa Fakulty podnikového manažmentu v Bratislave, ktorí v rámci študijného programu mali zaradený ako povinný predmet Komunikáciu v manažmente. Vzorka spĺňala kritériá náhodného výberu.
Prieskum sa realizoval počas vstupných seminárov a prednášok. Oslovených bolo celkom 100 študentov, ktorým boli rozdané vypracované podklady na realizáciu uvedenej metódy. Návratnosť vypracovaných mentálnych máp bola 77 %, t. j. že mentálne mapy odovzdalo 77 študentov. Tieto mapy boli ďalej analyzované a výsledky z nich získané boli zovšeobecnené a spracované pre potreby ďalšieho výskumu.
Prieskum prebiehal anonymne.
Metóda bola zameraná na zistenie asociácií prvého radu k termínu komunikácia. Počty získaných asociácií na pojem komunikácia sú uvedené v tabuľke 1. Percentuálne rozloženie asociácií opakovaných minimálne 2 krát v rámci skúmaných mentálnych máp je ilustrované v grafe 1.

Tabuľka 1: Počet asociácií prvého radu na pojem komunikácia

Komunikácia	Počet asociácií
rozhovor	20
Ľudia	10
Dialóg	5
prenos informácií	3
Reč	3
Slová	3
Ústa	3
dorozumievanie	2

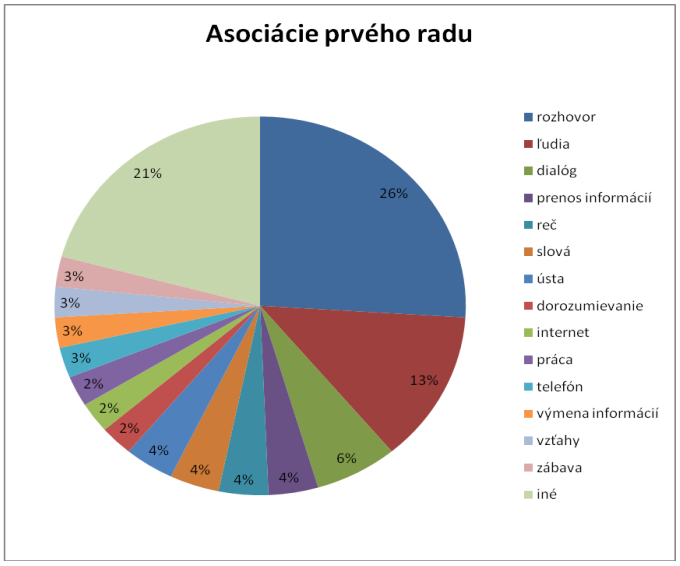
[3] LUKÁŠOVÁ, R.; FRANKOVÁ, E. Řízení kvality v organizacích poskytujících služby: pojem kvalita a jeho význam. *TRENDY EKONOMIKY A MANAGEMENTU,* 2007, roč. I, č. 1, s. 56-62.

Internet	2
Práca	2
Telefón	2
Výmena informácií	2
Vzťahy	2
Zábava	2
Človek	1
Jazyk	1
kompromis	1
manažér	1
manažment	1
Médium	1
Mobil	1
Partneri	1
Peniaze	1
pesonalistika	1
Pokec	1
Proces	1
reč tela	1
rozprávanie	1
osobnosť	1
Základ	1

Ako možno vidieť z tabuľky 1, najviac asociácii prvého radu pri pojme komunikácia sa viaže k rozhovoru (20 asociácii prvého radu), nasleduje ďalej vnímanie komunikácie pod pojmom ľudia (10 asociácii prvého radu), ďalej je to pod pojmom dialóg (5 asociácii prvého radu) a následne sú už asociácie pod 5 opakovaní.

Prehľad asociácii prvého radu ukazuje, že pojem komunikácia sa v mysliach študentov úzko viaže predovšetkým k interpersonálnej komunikácií, a to poprípade ku komunikácií viacerých osôb alebo k dialógu. V prevažnej miere študenti chápu obsah pojmu komunikácia v zúženom význame, čo v zásade odpovedá ich skúsenostiam, veku a v nemalej miere aj spôsobu nimi používaných foriem komunikácie.

Graf 1.



Výsledkom mentálneho mapovania bola tvorba mentálnej mapy, ktorá zachytila štruktúru obsahu pojmu komunikácia u príslušnej skupiny respondentov, študentov študujúcich manažment.

Záver

Sociálno – psychologické javy, ktoré v súčasnosti vstupujú a ovplyvňujú riadiace procesy v podnikoch, vykazujú mnohé prvky a charakteristiky, ktoré sú dôležité pričom ak ich chceme zistiť pomocou kvantitatívnych metód, zaniknú. Medzi takéto javy patrí aj obsahová integrita ktoréhokoľvek pojmu/kategórie, ktoré sa tak v teórii ako aj v manažérskej praxi používajú. Ich identifikovanie, analýza, deskripcia môže byť však vysoko významná nielen z hľadiska teórie ale hlavne z hľadiska praxe.

Príspevok zameriava pozornosť na pojem komunikácia a na chápanie jeho obsahu budúcimi manažérmi a podnikateľmi. Z hľadiska stanoveného cieľa boli použité okrem kvantitatívnych metód aj kvalitatívne, medzi nimi aj metóda tvorby mentálnych máp. V tomto príspevku uvádzame výsledky, ktoré sme získali pomocou metódy tvorby mentálnych máp na pojem komunikácia. I keď sa na začiatku výskumu zdalo, že tento pojem je vo vedomí, vnímaní a aplikácii v komunikačnom procese používateľov obsahovo integrovaný, analýza ukázala, že jeho obsah je zväčša redukovaný na „rozhovor medzi osobami“. Táto redukcia obsahu pojmu komunikácia získaná výskumom však len veľmi okrajovo zodpovedá teoretickému vymedzeniu obsahu pojmu komunikácia[4]. Z tohto hľadiska cieľ predmetu Komunikácia v manažmente, ktorý sa študuje v rámci študijného programu Manažment a ekonomika predmetu na FPM EU v Bratislave, je precízne stanovený a reflektuje potrebu rozšíriť obsah pojmu komunikácia nielen v oblasti vnímania ale hlavne v aplikačnej oblasti študentov, budúcich manažérov podnikov, organizácií a hlavne nadnárodných, multikultúrnych

[4] Porovnaj: SZARKOVÁ, M. a kolektív: Metodologické východiská výberu komunikačných nástrojov v podnikateľských aktivitách malých a stredných podnikov v SR v podmienkach interkultúrneho trhu EÚ. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2009. 168 s. ISBN 978-80-225-2791-0. 5,534 AH.

spoločností. Vyprofilovanie obsahu pojmu komunikácia zamedzí vzniku nielen komunikačných nedorozumení a komunikačných konfliktov, ale následne aj finančných a hospodárskych strát, ktoré sú často prezentované v súvislosti s čerpaním európskych sociálnych a kohéznych fondov Slovenskou republikou.[5]

Literatúra

FRANKOVÁ, E. Myšlenkové mapy a jejich využití při rozvoji manažerů. In *Česká ekonomika v procesu globalizace.* Brno: MU, 13.09. - 14.09. 2006, s. 96-100. ISBN 80-210-4089-0.

LUKÁŠOVÁ, R.; FRANKOVÁ, E. Řízení kvality v organizacích poskytujících služby: pojem kvalita a jeho význam. *TRENDY EKONOMIKY A MANAGEMENTU,* 2007, roč. I, č. 1, s. 56-62. ISSN: 1802-8527.

SZARKOVÁ, M.: Komunikácia v manažmente, Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2002, ISBN 80-225-1585-X.

SZARKOVÁ, M. a kolektív: Metodologické východiská výberu komunikačných nástrojov v podnikateľských aktivitách malých a stredných podnikov v SR v podmienkach interkultúrneho trhu EÚ. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2009. 168 s. ISBN 978-80-225-2791-0. 5,534 AH.

SZARKOVÁ, Miroslava, DRGOVÁ, Alexandra: Skúsenosti z čerpania finančných zdrojov z európskeho fondu regionálneho rozvoja v SR. In. Recenzovaný zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie Pet let členství ČR v EÚ. České Budejovice: VŠERS, o.p.s., 2009, s.344-350. ISBN 978-80-86708-79-9.

www.wikipedia.sk (http://sk.wikipedia.org/wiki/Komunik%C3%A1cia)

[5] SZARKOVÁ, Miroslava, DRGOVÁ, Alexandra: Skúsenosti z čerpania finančných zdrojov z európskeho fondu regionálneho rozvoja v SR. In. Recenzovaný zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie Pet let členství ČR v EÚ. České Budejovice: VŠERS, o.p.s., 2009, s.344-350. ISBN 978-80-86708-79-9.