

ТЕМА 2. ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СПІЛКУВАННЯ

ПЛАН

- 2.1. Класифікація видів спілкування
- 2.2. Класифікація функцій спілкування
- 2.3. Модель мовленнєвої комунікації
- 2.4. Засоби спілкування
- 2.5. Основні форми спілкування
- 2.6. Стратегії та тактики спілкування
- 2.7. Основні стилі спілкування
- 2.8. Типи комунікабельності людей

Слово до слова — зложиться мова
Народне прислів'я

2.1. КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДІВ СПІЛКУВАННЯ

Роблячи спробу класифікації видів спілкування, варто зазначити, що єдиного підходу з цього питання в психологічній науці не досягнуто. З огляду на це скажемо, що спілкування може виступати в двох основних варіантах. Воно може бути предметно зорієнтованим, тобто здійснюватися в ході сумісної некомунікативної діяльності. Це генетично вихідний вид спілкування (як у філо-, так і в онтогенезі). Але навіть і в цьому випадку варто розмежовувати взаємодію та власне спілкування. Спілкування необхідне для взаємодії, але одне і теж спілкування може бути різної спрямованості, різного характеру та об'єму. Складніший варіант спілкування являє собою «чисте» спілкування, не включене в некомунікативну сумісну діяльність. Тут можна розглянути соціально орієнтоване спілкування та особистісно-орієнтоване спілкування.

Людина, перебуваючи в суспільних відносинах з іншими людьми, може спілкуватися:

I. За критерієм просторового існування

1. *Безпосереднє спілкування* — це вид спілкування, при якому відбувається прямий контакт між суб'єктами спілкування. Наприклад, студенти, слухаючи лекцію викладача, спілкуються з ним безпосередньо, при прямому контакті (бачачи, слухаючи його живу мову).

2. *Опосередковане спілкування* — це вид спілкування, протилежний до безпосереднього спілкування, і є таким, при якому суб'єкти спілкування не контактують один з одним, але одночасно вступають у комунікативні зв'язки. Наприклад, читаючи будь-яку книгу, ви опосередковано спілкуєтеся з автором цієї книги;

не знаючи його, не бачачи його, не контактуючи з ним ви отримуєте певну інформацію в інтерпретації цього автора.

II. За критерієм мотивації до спілкування

1. *Бажане спілкування* — це вид спілкування до якого ми прагнемо, якого бажаємо. Наприклад, в анонсі телепрограм ви знайшли цікаву для себе програму чи телефільм і в певний час вмикаєте телевізор, тобто ви прагнете до такого спілкування.

2. *Небажане спілкування* — це вид спілкування, від якого людина уникає, ухиляється, втікає. Наприклад, ви заходите в громадський транспорт у «час пік»; багато людей, тісно, люди стоять близько один до одного, тримають малу дистанцію між собою, безумовно, що це для людей є певним дискомфортом. Дехто відхиляється, відвертається в інший бік, дивиться постійно у вікно, інший читає газету, книгу, хтось слухає музику — все це задля того, щоб уникнути прямого небажаного контакту.

III. За критерієм орієнтації на співрозмовника

1. *Міжособистісне спілкування* — цей вид спілкування найбільше поширений у житті людини, а конкретно — це безпосередні суспільні зв'язки людей у контексті «суб'єкт-об'єктних» та «суб'єкт-суб'єктних» відносин.

2. *Масове спілкування* — це вид спілкування, яке спрямоване не на конкретну

людину, а на масу людей. Таке спілкування здійснюється через телебачення, засоби масової комунікації. Через такий вид спілкування відбувається обмін інформацією від покоління до покоління, від однієї нації до іншої.

IV. За критерієм часового обмеження

1. *Короткотривале спілкування* — цей вид спілкування обмежений у часі. Наприклад, є люди, для яких спілкування є не обов'язковий у цьому житті, основна функція їх спілкування полягає в чіткому обміні інформацією. Вони намагаються не допустити того, щоб спілкування їх поглинуло.

2. *Довготривале спілкування* — це вид спілкування, при якому люди відчують дискомфорт у стосунках, якщо не отримають задоволення від спілкування як безпосереднього, так опосередкованого. Для таких людей спілкування є самоціллю в житті, вони схильні до довготривалих контактів, їм постійно потрібно блокувати свою потребу в отриманні певної інформації від партнера по спілкуванню.

V. За критерієм кількості учасників

1. *Монологічне спілкування* — це вид спілкування, яке передбачає одностороннє спрямування інформації, коли лише один із учасників взаємодії викладає свої думки, ідеї, почуття, тобто відсутній зворотній зв'язок. За таких умов відбувається суб'єкт-об'єктне спілкування.

2. *Діалогічне спілкування* — це вид спілкування, в основі якого лежить гуманне ставлення до іншої людини з якою спілкуються. При такому спілкуванні обоє є активними учасниками процесу спілкування, відбувається зворотній зв'язок.

VI. За критерієм результативності:

1. *Конфліктне спілкування* — це особливий вид спілкування, для якого характерне зіткнення поглядів людей, їх інтересів і дій. Таке спілкування негативне, оскільки супроводжується негативними емоціями, стресами, переживаннями, розчаруваннями.

2. *Маніпулятивне спілкування* — це вид спілкування при якому один із комунікантів хоче переважати, мати домінуючу позицію, пригнічуючи інтереси, бажання та потреби іншого учасника комунікативного процесу.

2.2. КЛАСИФІКАЦІЯ ФУНКЦІЙ СПІЛКУВАННЯ

Спілкування є поліфункціональним явищем. Відповідно виділяють різні функції спілкування. Б.Ф. Ломов за однією системою основ виділяє три класи функцій (інформаційно-комунікативну, регулятивно-комунікативну, афективно-комунікативну), а за другою — такі функції, як організація сумісної діяльності, пізнання людьми одне одного, формування і розвиток міжособистісних відносин.

За Б.Ф. Ломовим, існують такі функції спілкування:

— *інформаційно-комунікативна* (обмін інформацією). Охоплює процеси формування, передавання та прийому інформації. Реалізація її має кілька рівнів. На першому здійснюється вирівнювання відмінностей щодо інформованості людей, які вступають у психологічний контакт. Другий рівень передбачає передачу інформації та прийняття рішень (спілкування реалізує цілі інформування, навчання та ін.). Третій рівень пов'язаний із прагненням людини зрозуміти інших (спілкування спрямоване на формування оцінок досягнутих результатів);

— *регуляційно-комунікативна* (регуляція поведінки, спільної діяльності в процесі взаємодії). Завдяки спілкуванню людина регулює не тільки власну поведінку, а й поведінку інших людей і реагує на їхні дії;

— *афективно-комунікативна* (регуляція емоційної сфери людини). Вона характеризує емоційну сферу людини, в якій виявляється її ставлення до навколишнього середовища, в тому числі й соціального.

Зважаючи на мету спілкування, розрізняють функції, які реалізуються в будь-якому процесі взаємодії і забезпечують досягнення в ньому певних цілей (Л. Карпенко):

• *контактна*. Передбачає встановлення контакту як стану взаємної готовності до прийому і передавання повідомлення та підтримання взаємозв'язку під час взаємодії;

- інформаційна. Полягає в обміні повідомленнями (інформацією, думками, рішеннями, задумами);
- спонукальна. Стимулювання активності партнера по спілкуванню, що спрямовує його на виконання дій;
- координаційна. Взаємне орієнтування і узгодження дій для організації спільної діяльності;
- розуміння. Адекватне сприймання і розуміння сутності повідомлення, а також партнерами один одного;
- емотивна. Реалізується через стимулювання у партнера по спілкуванню потрібних емоційних переживань і станів, у зміні за його допомогою власних переживань і станів;
- встановлення відносин. Полягає в усвідомленні і фіксуванні індивідом свого місця в системі ролевих, статусних, ділових, міжособистісних та інших зв'язків;
- здійснення впливу. Наслідками її дії є зміна стану, поведінки, особистісно-змістових утворень партнера.

Усе це доводить багатоаспектність спілкування, яка виявляється в тому, що воно є потребою людини і умовою її виживання; має інформаційно-комунікативне та інтерактивне навантаження; передбачає процес обміну цінностями і соціальним досвідом; є специфічною знаковою системою і посередником у функціонуванні різних знакових систем (семіотичний аспект спілкування); є засобом нормативного регулювання поведінки індивідів; формує ставлення партнерів до індивіда, його — до партнерів та суспільства тощо.

Уся ця багатоманітність функцій є свідченням того, що спілкування всіма своїми сторонами пов'язане з різноманітною діяльністю людини.

Дослідження А.А. Брудного свідчать про такі функції спілкування:

- 1) *інструментальна функція*, яка полягає в тому, щоб організувати діяльність шляхом передачі інформації, суттєвої для виконання дії;
- 2) *синдикативна* — функція об'єднання. Завдяки цій функції спілкування має на меті укріплення спільності між людьми в рамках певних груп. Об'єднання людей у цьому випадку виступає як передумова для вирішення різних завдань;
- 3) функція *самовираження*, котра зорієнтована на контакт індивідів, на їх взаєморозуміння;
- 4) *трансляційна функція* — функція передачі конкретних способів діяльності, оцінних критеріїв і програм. Ця функція лежить в основі як направленої соціалізації (через спілкування відбувається інституціональне навчання, організоване державою), так і стихійної (через спілкування відбувається включення індивідів у різні форми діяльності, в процесі контактів з людьми відбувається передача даному індивідові вмінь, способів діяльності).

2.3. МОДЕЛЬ МОВЛЕННЕВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Коли ми говоримо про спілкування, то розрізняємо дві його форми — пряму комунікацію і непряму комунікацію. До прямої ми відносимо публічну промову перед відкритою аудиторією, а до непрямої — усі засоби масової комунікації: радіо, телебачення, магнітофонні записи, пресу, кіно та ін.

За яких би умов не здійснювалася мовленнєва комунікація, за допомогою яких засобів не передавалася б інформація, скільки б людей не брало участь у спілкуванні, в її основі лежить єдина схема або модель.

Для здійснення будь-якого акту людського спілкування необхідні три елементи:

1. *Відправник комунікації* (комунікатор) — людина, яка передає інформацію;
2. *Одержувач інформації* (реціпієнт) — людина, яка сприймає цю інформацію.
3. *Повідомлення* — текст у будь-якій формі.

Соціолог Гарольд Ласуел, аналізуючи спілкування між людьми, створив іншу модель комунікативного процесу, яка включає п'ять елементів:

1. Хто? (передає повідомлення) Комунікатор.
2. Що? (передається) Повідомлення.
3. Як? (здійснюється передача) Канал зв'язку.

4. Кому? (напря́м пові́домлення) Реципієнт.
5. З яким ефектом? Ефективність.

Існують ще дві моделі комунікації — одностороння і двостороння. *Одностороння* — це така, під час якої той, хто говорить, не отримує зворотного зв'язку. *Двостороння* — це комунікація, під час якої слухач забезпечує тому, хто говорить, зворотний зв'язок, а потім сам стає тим, хто говорить.

У тих випадках, коли в двосторонній комунікації беруть участь більше двох чоловік, передачу і приймання інформації потрібно якось упорядкувати. Так виникає комунікативна система, або *мережа*.

Низхідна комунікація — це передача повідомлень від керівників до працівників. *Висхідна комунікація* — це передача інформації від робітників керівникам. Висхідна комунікація може бути організованою по-різному. Працівники можуть зв'язуватися з керівництвом підприємства або через менеджерів, або спілкуватися з ними прямо.

Структуру комунікаційної мережі можна задати формально, але частіше вона складається стихійно і функції її учасників не регламентовані. Наприклад, чутки. Дослідження виявили не тільки велику швидкість, а й ефективність цього способу поширення інформації: 75-95 % інформації, яка розповсюджується через чутки, передається без перекручення.

У суспільстві комунікація здійснюється між індивідами, групами, організаціями, державами, культурами завдяки знаковим системам (мовам). Комунікація між людьми відбувається у формі спілкування як обмін цілісними знаковими утвореннями (повідомленнями), в яких відображено знання, думки, ідеї, ціннісні ставлення, емоційні стани, програми діяльності сторін, що спілкуються.

На перший погляд здається, що спілкування — це лише обмін інформацією; це занадто просте, вузьке розуміння процесу комунікації. У цьому випадку процес комунікації й обміну інформацією — це те саме. Але такий підхід до людського спілкування дуже спрощений. При цьому не враховується те, що в умовах спілкування інформація не просто передається і приймається. Люди, що спілкуються, зовсім не схожі на радіопередавачі і радіоприймачі із записувальним пристроєм. У ході спілкування інформація зазнає різних змін: вона формується, уточнюється, розвивається. Згадайте гру «Зіпсований телефон». Учасники передають один одному пошепки одне, причому дуже просте слово. Але навіть воно рідко доходить до кінця ланцюжка в первісному, неспотвореному виді.

Спілкування не можна розглядати як просте відправлення інформації або її приймання ще й тому, що кожен співрозмовник прагне «завоювати» увагу, виявити активність, вплинути на іншого. Правильно було б говорити не про «рух» — «передачу» інформації, а про обмін нею.

Інформація може бути двох типів: *спонукальна і констатуюча*. *Спонукальна* інформація виявляється у формі наказу, поради або прохання. Вона має викликати, стимулювати якусь дію. Спонукальна інформація припускає активізацію (коли слухаючий починає діяти в заданому напрямі); інтердикцію (заборона небажаних видів діяльності) і дестабілізацію (неузгодженість або порушення деяких форм поведінки). Іноді та сама інформація викликає різне до неї ставлення. І якщо вчитель повідомляє, що до закінчення контрольної роботи залишилося 5 хв, то для тих хлопців, що добре вчаться, це є сигналом дописувати швидше (активізація), для тих, хто розмовляв, очікуючи можливості списати, — припинення бесіди (інтердикція), а ті, хто зовсім нічого не знав, розуміє, що вже все одно нічого не встигне і відкладає ручку вбік (дестабілізація). Інформація, що констатує (*констатуюча інформація*), виявляється у формі повідомлення і не припускає безпосередньої зміни поведінки.

Ми щодня слухаємо новини по радіо або телебаченню, але це не означає, що в нашій поведінці щось змінюється.

Для того щоб обмін інформацією відбувся, співрозмовники повинні розуміти один одного, говорити однією мовою. У легенді про будівництво Вавилонської вежі розповідається, що люди загордилися і вирішили кинути Богові виклик — побудувати вежу до самого неба. Бог злякався, що люди можуть стати вище від нього, тому що «...в усіх їх одна мова... і все, що

вони вирішати зробити, буде здійсненним». Прагнучи не допустити цього, Бог змішав мови людей, «щоб вони не могли зрозуміти мову один одного». У легенді підтверджується, що з того часу люди й розмовляють різними мовами. Так у стародавності пояснювали різномовність народів, що донині перешкоджає їхньому спілкуванню.

Однак нерідко буває, що, навіть знаючи значення тих самих слів, люди не завжди розуміють їх однаково. Так, почувши слово «корінь», ботанік уявить собі корінь рослини, математик — квадратний корінь з числа, лікар — корінь зуба, вчитель української мови — корінь слова. У результаті процес комунікації значно ускладнюється.

Передача будь-якої інформації можлива лише через знакові системи. Існує декілька знакових систем, які використовуються в комунікативному процесі (див. далі).

2.4. ЗАСОБИ СПІЛКУВАННЯ

Спілкування людини підтримується певними засобами. Свої почуття, думки людина здатна виражати й закріплювати в словах і жестах, створюючи певний комунікативний простір, у якому об'єднуються, співіснують її внутрішній світ і світ зовнішній, об'єктивний. Такими засобами, які людина використовує в своєму спілкуванні, є вербальні (*словесні*) і невербальні засоби (*міміка, пантоміміка, виразальні рухи тіла*).

Вербальні засоби спілкування

Вербальна комунікація використовує як знакову систему мову найбільш універсальний засіб людського спілкування, який забезпечує змістовний аспект взаємодії і взаєморозуміння в процесі спільної діяльності. Точність розуміння слухачем змісту висловлювання може стати очевидною для комунікатора лише тоді, коли відбудеться зміна «комунікативних ролей», тобто коли реципієнт стане комунікатором і своїм висловлюванням дасть знати про те, як він розкрив зміст інформації.

Спілкування вербальними засобами є не що інше як використання живого слова в передачі інформації. Лише людині притаманно вербалізувати свої почуття, емоції, поведінку через слово, що доводить її до найвищого ступеня розвитку порівняно з іншими представниками тваринного світу. Мова є явищем не тільки лінгвістичним, а й психологічним, естетичним і суспільним, вона охоплює всі сфери суспільного життя: науку, освіту, мистецтво та ін.

У суспільстві виокремилися різні *види мови*.

1. *Внутрішня мова* — це мова для себе. Наприклад, розв'язуючи математичну задачу, ви думаєте, але ваших думок ніхто не чує. Відмітною рисою такого виду мови є те, що її не чують інші люди, і вона зрозуміла лише одній людині — вам.

2. *Зовнішня мова* — її ще називають усною, тобто та, яку чує людина, що перебуває поряд з вами. Це різновид мовлення, яке сприймається співрозмовниками на слух. Вона вважається економною, тобто потребує менше слів.

3. *Діалогічна або розмовна мова* — мова щоденного вжитку, включає в себе діалектні та жаргонні вирази, що використовуються в певній місцевості або представниками певної професії чи виду діяльності.

4. *Монологічна мова* — промовляється однією людиною при звертанні до іншої. Прикладами монологу можуть бути пояснення вчителя, відповідь учня, диктора та ін. Монологічна мова складна за своєю будовою: вона триває досить довго, не перебивається репліками інших та потребує попередньої підготовки.

5. *Літературна мова* — мова, що відповідає певним нормам і є свідченням мовної культури.

6. *Штучні мови*: азбука Морзе, мова глухонімих, шифри, комп'ютерні мови (завдяки яким відбувається спілкування людини з комп'ютером).

7. *Письмова мова* дає змогу спілкуватися з представниками минулих та майбутніх поколінь.

Голосові характеристики мови

Важливе значення для процесу комунікації має **акустична система мови**, до якої відносять якість голосу (тембр, висоту, тональність, голосність), інтонації, темп мови, фразові і логічні наголоси.

Темп мови може бути дуже повільний, швидкий, дуже швидкий. Від темпу мови може залежати те, як тебе слухатимуть оточуючі. «Порожнє слово сиплеться, як горох з решета, — насичене слово повертається повільно, наче куля, наповнена ртуттю», — так говорив про темп мови відомий режисер К.С. Станіславський.

Норман Міллер і його колеги з університету Північної Каліфорнії виявили, що відчуття правдивості зростає, коли людина говорить швидко. Жителі Лос-Анджелеса і його околиць, що слухали записи мов на тему «Небезпека вживання кави», оцінювали тих, хто говорив швидко (близько 190 слів за хвилину), як більш об'єктивних, інтелігентних і ерудованих, ніж ті, які говорили повільно (близько 110 слів за хвилину). Вони також вважали швидко вимовлені повідомлення більш переконливими.

Виявилося, що значимим фактором є саме темп мови. Коли рекламу прискорювали на 25 %, слухачі розуміли її, як і раніше, добре й оцінювали того, хто говорить як більш інтелігентного і щирого, а саме повідомлення вважали цікавішим. Фактично нормальна швидкість мови в 140 або 150 слів за хвилину може бути майже подвоєна, перш ніж почне знижуватися її розуміння слухачами. Джон Ф. Кеннеді, відомий як винятково ефективний оратор, іноді прискорювався до 300 слів за хвилину. Для американців швидка мова не дає слухачеві часу зробити ефективних висновків, вона також відкидає будь-які небажані думки.

Деякі люди говорять дуже повільно, їх доводиться ніби «тягнути за язик», а інші ніби «строчать з кулемета», про них говорять: «За твоєю мовою не поспієш босоніж». Важливо вміти говорити не дуже швидко, але й не дуже повільно, щоб усім було зрозуміло. Однак у деяких випадках краще говорити повільно (якщо потрібно щось пояснити або якщо розмовляєш з людиною, яка не дуже добре знає твою мову, та ін.) або швидко (якщо ти або твій співрозмовник квапиться).

Тон мови — це забарвлення голосу, з яким вимовляються слова, що допомагає людині краще передати свої думки і почуття. Тон може навіть змінити зміст мови, додати йому протилежного змісту. Спробуйте, наприклад, вимовити слова «так» і «ні» різним тоном (весело, сумно, здивовано, зі злістю) і ви самі відчуєте різницю.

Не менше значення мають і різні вкраплювання в мову — *паузи, покахикування, сміх, плач* та ін. Голоси розрізняються за властивістю впливати на інші. Тому розрізняють голоси непоказні, звичайні, які не приваблюють нашої уваги. Є голоси, що відразу привертають нашу увагу, надовго запам'ятовуються.

Голос також є виразником наших почуттів. За голосністю мова достатньо змінюється: від дуже тихої, тихої, тихішої, ніж звичайно, до голосної, дуже голосної, до лементу. Коли людина говорить дуже голосно або дуже тихо, слухати неприємно — погано чути і важко зрозуміти. Однак бувають ситуації, коли потрібно говорити дуже тихо (якщо в будинку хтось працює, хворіє або відпочиває; в установах культури: в музеї, під час концерту, в театрі та ін.) або дуже голосно (якщо потрібна допомога, хтось заблудився, виступає перед великою аудиторією тощо).

У звичайній обстановці потрібно говорити з нормальною гучністю, щоб вас усі добре чули. Так, спокійний і солідний голос знімає напруження і збуджує інтерес, а «напружена», швидка і голосна мова може сприйматися як ознака агресивності. Тихим голосом звичайно розмовляють люди боязкі, невпевнені в собі. Погане враження залишає людина, що явно декламує в ході розмови раніше завчені фрази. До таких оточуючі відносяться з недовірою.

Відомий французький письменник якось помітив, що є всього один спосіб написати слово «ні» і один єдиний спосіб — слово «так». Але існує тисяча способів вимовити слово «ні» і стільки ж — слово «так». За допомогою *інтонації, тембру* голосу можна «так» вимовити з негативним відтінком, а слову «ні» надати позитивного значення. Згадайте відому фразу: «істи подано!». Саме з неї багато акторів починали своє життя в театрі. Спробуйте

додати її звучанню різні відтінки. Якщо вийшло більше десяти, то можна сказати, що ви добре володієте своєю акустичною системою.

Виділяють такі характеристики усного мовлення.

1. *Емоційно-естетичні особливості* віддзеркалюють ставлення людини до предмета розмови. Ми завжди безпомилково даємо зрозуміти співрозмовникові, чи приємно нам розмовляти про щось.

2. *Біофізичні особливості* дозволяють нам визначити стать, вік, темперамент, внутрішній стан людини. Експерти, прослухуючи запис розмови, можуть визначити вік того, хто говорить, з точністю до одного року. Крім того, така система дає можливість оцінити стан здоров'я людини. Причому виділяють не тільки тимчасовий розлад здоров'я, наприклад хрипоту — застуду, а й діагностують тривалі, хронічні хвороби.

3. *Індивідуально-особистісні* показники відрізняють одну людину від іншої. Завдяки цим характеристикам можна без труднощів упізнати голос знайомої людини телефоном, навіть якщо вона не представилася вам. Пародисти, копіюючи будь-яку мову, спираються саме на ці ознаки.

4. *Соціально-професійна* система показників пов'язана із соціальним статусом людини в суспільстві, з її професією. Недарма ми зауважуємо: «Говорить, як начальник; або: ти всіх повчаєш, як учитель». Голос може підказати, як людина ставиться до себе. Так, якщо людина сповнена почуттями власного достоїнства, гордості і важливості за свою справу, то мова в неї буде ритмічною, розміреною, із правильними, закінченими фразами.

5. *Національно-соціальні* характеристики голосу розрізняються за акцентом народів різних країн: в'єтнамців, українців, естонців та ін. Навіть якщо ми ніколи не вчили мови, все одно зможемо відрізнити, наприклад, німця від грузина. Ця характеристика мимовільна і формується ще в глибокому дитинстві. Навіть знаючи мову досконало, від акценту важко позбутися. Сюди ж можна віднести відмінності в мові міських і сільських жителів.

Невербальні засоби спілкування

Невербальна комунікація включає різні знакові системи: оптико-кінетичну, пара- та екстралінгвістичну, просторово-часову, контакт «очі в очі», які мають свої особливості.

Оптико-кінетична система знаків використовує жести, міміку, пантоміміку. Загалом цю систему можна уявити як сприймання властивостей загальної моторики різних частин тіла (рук — жестикуляція, обличчя — міміка, пози — пантоміміка). Ця загальна моторика відображає емоційні реакції людини, оскільки включення оптико-кінетичної системи знаків до ситуації комунікації надає спілкуванню певних нюансів, що сприймаються неоднозначно за умов використання одних і тих самих жестів у різних національних культурах. Значущість оптико-кінетичної системи знаків у комунікації настільки велика, що виокремилась особлива галузь досліджень — кінесика, яка вивчає ці проблеми.

Паралінгвістична система — це система вокалізації мовлення, що характеризується якістю голосу, його діапазоном, тональністю і виражає почуття та стани людини. Так, спокійний і солідний голос знімає напруженість, збуджує інтерес, а роздратований — сприймається як ознака агресивності.

Екстралінгвістична знакова система — це включення в мову пауз, інших нелінгвістичних компонентів (покашлювання, сміх), темп мовлення.

Велике значення має розпізнавання психологічного стану людини на основі «мови тіла». В психології спілкування зібрано дуже багато знань про «мову тіла», або невербальне спілкування. Важливо показати найрізноманітніші варіанти розпізнавання та використання невербальних засобів спілкування, а також звернути увагу на неповну достовірність таких висновків.

У цьому процесі важливу роль відіграють емоції, манери партнера, його жести. Трапляється, що ваше повідомлення сприймається неправильно з тієї простої причини, що воно супроводжується «суперечними» рухами, позами. Адже вони — як слова в мові. Їхня точність, відповідність тому, що ми хочемо виразити, дозволяє зрозуміти, як це сприйнято (із

схваленням або вороже), відкриті слухачі чи замкнені, зайняті самоконтролем чи нудьгують. «Безсловесний» зворотний зв'язок може попередити, як потрібно змінити свою поведінку, щоб досягти потрібного результату.

До цих засобів належать такі, які не є основними в передачі інформації, а є лише додатковими, підсилюючими спілкування. Мова невербального спілкування є мовою жестів, міміки, пантоміміки, тобто мовою тіла, що виражає почуття, емоції людини. Людина використовує для підсилення аудіального ефекту найрізноманітніші рухи (жести, експресія обличчя, пози, інтонаційно- ритмічні особливості голосу, дотик), які виражають її психічні стани, її ставлення до партнера, до ситуації спілкування загалом.

Виразальні рухи тіла та інтерпретація невербальної поведінки залежать від віку, особистісних особливостей людей, а також від ситуації спілкування, комунікативних завдань і комунікативних установок.

Виділимо види невербальних засобів спілкування.

1. Візуальні:

- *кінесика*: рухи рук, голови, ніг, тулуба, хода;
- вираз обличчя, очей;
- поза, постава, положення голови;
- напрям погляду, візуальні контакти;
- шкірні реакції: почервоніння, збліднення, потіння;
- *проксемика* (просторова і тимчасова організація спілкування): відстань до співрозмовника, кут повороту до нього, персональний простір;
- допоміжні засоби спілкування: підкреслення або приховування особливостей статури (ознаки статі, віку, раси);
- засоби перетворення природної статури: одяг, зачіска, косметика, окуляри, прикраси, татуювання, вуса, борода, дрібні предмети в руках.

2. Акустичні:

- *паралінгвістичні* (якість голосу, його діапазон, тональність): голосність, тембр, ритм, висота звуку;
- *екстралінгвістичні*: мовні паузи, сміх, плач, подихи, кашель, ляскіт.

3. Тактильні:

- *такесика*: дотик, потиск руки, обійми, поцілунок.

4. Ольфакторні:

- приємні і неприємні запахи навколишнього середовища;
- природний і штучний запахи людини.

Багато інформації може надати *жестикуляція* співрозмовника. Ми навіть не уявляємо, скільки різноманітних жестів використовує людина під час спілкування, як часто вона ними супроводжує своє мовлення. І ось що дивно: мові вчать ще з дитинства, а жести засвоюються природним шляхом.

Існують народи, які через свої національні особливості та традиції приділяють жесту дуже велике значення. Наприклад, учені підрахували, що під час розмови мексиканець протягом однієї години використовує в середньому 180 жестів, француз — 120, італієць — 80, фін — 1, англієць — 0.

Залежно від призначення жести поділяють на ритмічні, емоційні, вказівні, зображувальні та символічні.

Ритмічні жести

Ритмічні жести пов'язані з ритмікою мовлення. Спостерігаючи за виступаючими по телебаченню, зверніть увагу на те, як часто мовець у такт мовлення розмахує рукою.

Ритмічні жести підкреслюють логічний наголос, уповільнення та прискорення мовлення, місце пауз, тобто те, що звичайно передає інтонація.

Емоційні жести

Наше мовлення дуже часто буває емоційним. Хвилювання, радість, захоплення, ненависть, смуток, прикрість, непорозуміння, розгубленість, збентеженість — усе це

проявляється не тільки в підборі слів, в інтонації, а й у жестах. Жести, що передають різні відтінки почуттів, називаються *емоційними*. Деякі з них закріплені у стійких сполученнях, оскільки такі жести стали загально- значущими. Наприклад: *бити себе у груди, стукнути кулаком по столу, повернутися спиною, низзати плечима, розвести руками, вказати на двері* тощо.

Вказівні жести

Скажіть, чи можна виконати накази: «Відкрийте те вікно», «Цю книгу не бери, візьми ось ту», якщо вони промовляються без жестів? Відповідь буде одна: «Не можна!». У таких випадках вимагається вказівний жест. За допомогою цього жесту мовець виділяє якийсь предмет з ряду однорідних, вказує місце (поряд, зверзу, там), підкреслює порядок руху (по черзі, через одного). Вказати можна поглядом, кивком голови, рукою, поворотом тіла тощо. Деякі вказівні жести умовні. Вказівний жест рекомендується використовувати у виняткових обставинах, коли є предмет (або наочний посібник), на який можна вказувати.

Зображувальні жести

Давайте проведемо експеримент. Запитайте того, хто знаходиться поряд з вами або близько від вас: «Що являють собою кручені сходи і брижі на воді?». У відповідь почуєте: «Це сходи ось такі (робиться обертальний рух правою рукою по вертикалі). А брижі — такі (хвилеподібний рух рукою по горизонталі)».

Зображувальні жести застосовуються у випадках:

- якщо не вистачає слів, щоб повністю передати уявлення;
- якщо одних слів недостатньо з якихось причин (підвищена емоційність мовця, неволодіння собою, незібраність, знервованість, невпевненість у тому, що адресат усе розуміє);
- якщо необхідно підсилити враження і вплинути на слухача додатково та наочно.

Однак, користуючись зображувальними жестами, слід дотримуватись почуття міри: не можна мову слів підміняти жестами.

Символічні жести

Безумовно, ви бували в театрі, на концерті, дивилися виступи акторів по телебаченню. Згадайте, як вони жестикулюють, завершуючи виступ, прощаючися з аудиторією. Найбільш вживаний жест — уклін як символ вдячності за теплий прийом, за оплески. Або, стоячи на авансцені, актор широко розводить руки в сторони, немовби обіймає тих, хто сидить у залі. Використовується ще такий жест: руку (руки) притискають до грудей і низько вклоняються. Цей жест символізує щиросердне ставлення, любов актора до глядачів.

Інший приклад. Передача КВК. Ведучий Олександр Масляков представляє суддів. Один, коли його називають, встає, повертається обличчям до залу, робить кивок головою; інший підіймає обидві руки вгору, з'єднує долоні і похитує руками; третій вклоняється, четвертий привітно махає рукою.

Кожен жест, який людина використовує при невербальному спілкуванні, має свою інтерпретацію. Розглянемо їх.

Відкритість

У цій групі жестів можна виділити такі:

— розкриття рук долонями догори — жест щирості і відкритості. Він може супроводжуватися прикладанням долонь до грудей або підняття плечей. Наприклад, коли діти пишаються своїми досягненнями, вони відкрито показують руки, і навпаки, коли почувають свою провину, ховають їх у кишені або за спину;

— піджак, який розстібають, — так роблять люди відкриті і дружні до вас. Наприклад, відзначено, що коли ділові переговори успішні, спостерігається така жестова група: сидячі учасники розстібають піджаки, розпрямляють ноги, пересуваються на край стільця, ближче до столу, що відокремлює їх від співрозмовника.

Захист

До цієї групи відносимо жести, якими ми реагуємо на можливі конфліктні ситуації:

— руки, схрещені на грудях, — співрозмовник прийняв захисну позицію. Тому

якщо ми бачимо такий жест, необхідно

переглянути те, що робимо або говоримо, тому що партнер починає втікати від обговорення.

Оцінка

Ці жести мають відношення до задушевності і мрійності:

- жест «рука в щоці» означає, що людина занурена в роздуми;
- жест критичної оцінки (рука піднесена до обличчя, підборіддя спирається на долоню, вказівний палець витягається уздовж щоки, інші — нижче рота) означає, що людина злегка скептично ставиться до того, що відбувається в даний момент (позиція «почекаємо-подивимось»);

- нахилена голова свідчить про зацікавленість, увагу. Тому можна оцінювати, наскільки добре сприймається те, що ви говорите;

- почісування підборіддя виражає зайнятість процесом ухвалення рішення (позиція типу «добре, давайте подумаємо»);

- маніпулювання окулярами (протирає скло, бере в рот дужку окулярів та ін.) має місце у випадках, коли співрозмовникові потрібен час для обмірковування перед тим, як зробити більш рішучий опір, вимагаючи пояснень або ставлячи запитання («пауза для міркування»);

- походжування сигналізує про вирішення складної проблеми. З тим, хто походить, не варто починати розмову: це може порушити хід його думок і перешкодити угоді;

- пощипування перенісся (звичайно поєднується із закриттям очей) говорить про глибоку зосередженість і напружені міркувань.

Підозра і прихованість

- жест «рука прикриває рот» перед або під час висловлювання — людина хоче сховати свою позицію з питання, яке обговорюється;

- погляд убік означає недовіру;

- ноги (або все тіло), повернуті до виходу, — свідчення бажання закінчити зустріч, бесіду або те, що відбувається. Якщо більшість слухачів в аудиторії або на нараді приймають таку позу — це сигнал про необхідність завершити захід;

- потягування або легке потирання носа (звичайно вказівним пальцем) — знак сумніву. Цей жест часто використовують оратори, коли вони не впевнені, як підійти до предмета розмови, або сумніваються в реакції слухачів.

«Домінантність — підпорядкованість»

- коли хтось міцно потискує вам руку і повертає її так, що долоня лежить поверх вашої, він намагається виразити фізичну перевагу;

- якщо ж простягають руку для вітання долонею догори, то демонструють готовність прийняти підлеглу роль;

- коли людина стоїть поруч із сидячою, нависаючи над нею, це змушує почувати себе незахищеним і сприймається як перевага;

- рука партнера при розмові недбало засунута в кишеню піджака, а великий палець знаходиться зовні — це виражає його впевненість у перевазі над вами. Якщо ж зустрічаються два чоловіки, що звикли приймати таке положення, то вони звичайно утримуються від цього жесту на знак поваги одне до одного.

Ще однією специфічною знаковою системою, що використовується в комунікативному процесі, є **«контакт очей»**. Дослідження в цій галузі тісно пов'язані із загальнопсихологічними дослідженнями в галузі зорового сприйняття — руху очей. У соціально-психологічних дослідженнях вивчається частота обміну поглядами, «тривалість» їх, зміна статичної і динамічної поведінки, уникання його та ін. Контакт очима не обмежується інтимним спілкуванням. Знаки, що подаються рухами очей, включаються в ширший діапазон ситуацій спілкування. Є роботи про роль візуального спілкування для дитини, зокрема виявлено, що для дитини властиво фіксувати увагу насамперед на обличчі людини.

Експеримент, який був проведений з дитиною та дорослим, показав, що найжвавіше дитина реагує на два горизонтально розташованих круги, тобто очі. Це явище має значення в роботі медиків, роботі педагогів, а також людей, що мають відношення до проблем керівництва. Як і інші невербальні засоби, контакт очима доповнює вербальну комунікацію, тобто повідомляє про готовність підтримати комунікацію або перервати її.

У процесі спілкування люди займають різне просторове розміщення відносно один одного. Наука, яка вивчає норми просторової і часової організації спілкування («просторова психологія»), називається *проксемікою*. Засновником просторової психології є американський дослідник *Е. Холл*, який досліджував перші форми просторової організації спілкування у тварин. У випадку людської комунікації запропонована особлива методика оцінювання інтимності спілкування на основі вивчення організації його простору.

Емоції співрозмовника	Положення тіла співрозмовника
Відчуття душевного комfortу	Розслабленість окремих частин тіла, руки та ноги не схрещені
Відчуття небезпеки	Руки підняті вгору
Захисні тенденції	«Бійцівська стійка», руки, ноги схрещені
Бажання зблизитися	Тіло нахилене вперед
Бажання віддалитися	Співрозмовник відсувається, відвертається
Депресія, пригніченість	Співрозмовник сутулюється, голова, плечі похилені
Експансивні бажання, пиха	Голова піднята, шия пряма, корпус випрямлений або відхилений назад
Захисна позиція	Руки зчеплені на грудях
Нетерпіння	Легке постукування по столу
Відчуття переваги, співрозмовник вважає себе хитрішим	Молитовно складені долоні, пальці трохи розставлені
Недовіра	Співрозмовник потирає очі
Невпевненість, страх	Гризе нігті
Спокій, задоволення	Легкий нахил голови набік
Почекай хвилинку, поміркую	Підняття голови та погляд вгору або нахил голови із зосередженим виразом
Не зрозумів, повтори	Рух головою та насуплені брови
Розумію, мені нічого додати	Посмішка, можливо, легкий нахил голови
Ясно, зрозумів, що тобі потрібно	Ритмічне кивання головою
Хочу підкорити собі	Довгий нерухомий погляд в очі співрозмовника
Нехтування	Погляд у бік
Страх та бажання втекти	Погляд у підлогу

Е. Холл виділив чотири зони міжособистісного спілкування.

Зона інтимного спілкування (від півметра до безпосереднього тілесного контакту). На такій відстані спілкуються знайомі, батьки з дітьми, дуже близькі люди. Крім найближчих, у цю зону допускаються лікарі, медсестри, перукарі та інші спеціалісти, професія яких потребує безпосереднього тілесного контакту з клієнтом. Намагаючись у спілкуванні з кимось увійти в цю зону, ви тим самим натякаєте на те, що хотіли б вважати його другом.

Зона особистого спілкування (0,5—1,5 м). Межі цієї зони різні для різних культур. Як правило, на такій дистанції спілкуються добре знайомі один одному люди. Ця відстань дає їм змогу торкатись один одного, потиснути один одному руку, похлопати по плечу. Більшість людей вважають цю зону своїм особистим простором і не схильні впускати в неї сторонніх людей. Наприклад, коли ви сидите в кафе, де є вільні місця, і новий

відвідувач підсідає до вас, то ви почуватиметеся незручно. Або інший приклад. В переповненому транспорті люди уникають візуального контакту один з одним, намагаються дивитись у вікно або на стіну, щоб таким чином витримувати межі особистого простору.

Зона формального спілкування (1,5-3 м). На такій дистанції ведуть ділові, а також випадкові і малозначимі розмови. Існує вислів «витримати дистанцію», за допомогою якої описують відносини начальника і підлеглого.

Зона публічного спілкування (понад 3 м). Простір, що відділяє людину від оратора в залі, є зоною публічного спілкування. В такій ситуації коментарі, інтимні жести не є дотепними (наприклад, потиснути руку лекторові, похлопати по плечах).

Отже, **основними завданнями невербального спілкування** можна вважати такі:

- створення і підтримка психологічного контакту, регуляція процесу спілкування;
- додавання нових значимих відтінків словесному тексту, правильне тлумачення слів;
- вираз емоцій, оцінок, ролей, змісту ситуації.

Зробимо короткий висновок сказаному. Людина в процесі спілкування використовує два види засобів: вербальні та невербальні. На перший погляд здається, що більше відсотків при передачі інформації припадає на вербальне спілкування, але хочемо зазначити, що близько 70 % ми спілкуємося невербальними засобами і 30 % — вербальними, або словесними. Отже, більше про людину може сказати не її слово, а її тіло, зважуючи на їх конгруентність.

У психологічній науці поняття **конгруентність** — термін, який означає відповідність між вербальними та невербальними чинниками повідомлення, узгодженість усіх його складових частин, продиктовані прагненням «підлаштуватися» під співбесідника, знайти з ним контакт.

Усім відомо, щоб отримати чітку і правильну відповідь, треба вміти правильно поставити **запитання**. Вміння ставити запитання — це ціле мистецтво, якому кожен з нас вчиться протягом усього життя.

Спілкуватися нам доводиться дуже багато, з різними людьми і в різних ситуаціях. Це спілкування:

- з близькими, друзями і родичами;
- з підлеглими і керівниками;
- з незнайомими і малознайомими людьми та ін.

Види запитань для проведення бесіди

Вид питання	Сутність	Використання	Приклад
«Закриті» запитання	Це запитання, на які можна відповісти «так» чи «ні». Вони звужують простір для маневру вашого співбесідника	Ці запитання рекомендується ставити лише в тих випадках, коли хочете прискорити отримання згоди або підтвердження раніше досягнутої домовленості	Будь-яке запитання, що передбачає відповідь «так» чи «ні»
«Відкриті» запитання	Це запитання, на які не можна відповісти лише «так» чи «ні», вони потребують додаткового пояснення. Вони дають можливість співбесідникові маневрувати і вести з вами змістовний діалог	Їх використовують для отримання додаткових відомостей. Небезпека криється в тому, що можна втратити контроль за ходом бесіди	«Яка ваша думка про...?»
Риторичні запитання	Слугують для глибшого розгляду проблем	Їх мета — викликати нові питання і вказати на невідомі проблеми або забезпечити підтримку вашої позиції з боку учасників бесіди шляхом мовчазного схвалення	«Чи можемо ми вважати подібні явища нормальними?»
«Переломні» запитання	Такі запитання утримують бесіду в суворо встановленому напрямі або піднімають нові проблеми	Їх ставлять, якщо хочуть переключитися на іншу тему, або якщо хочуть подолати опір співбесідника, оскільки при відповіді на них можна виявити вразливі місця його позиції	«Як ви вважаєте, чи треба...?», «Як ви собі уявляєте рішення...?»
Запитання для розмірковування	Дають можливість ретельно обдумувати і коментувати те, що вже було сказано	Співбесідникові надається можливість внести поправки у викладену позицію	«Чи вважаєте ви, що...?», «Чи правильно я зрозумів думку про те, що...?»
Інформаційні запитання	Ці запитання завжди відкриті, торкаються конкретного предмета, у відповідях на них повідомляють певні відомості	Вони необхідні при збиранні відомостей, щоб скласти уявлення про що-небудь	«Чи не могли б ви надати мені інформацію про...?»

У кожному з варіантів спілкування ми отримуємо інформацію завдяки не лише бажанню кожного що-небудь про себе розповісти, а й завдяки умінню ставити запитання. На ділових переговорах ви ставите запитання, щоб отримати ділову інформацію. Коли розмовляєте з близькими людьми, то залежно від мети бесіди ви будете ставити різні

Продовження табл.

Контрольні запитання	Дозволяють дізнатися, чи розуміє співбесідник те, про що ви кажете	Такі запитання можна ставити по ходу бесіди, коли ви хочете дізнатися, чи слідує за ходом бесіди ваш партнер	«Що ви про це думаете?»
Запитання для орієнтації	Ці запитання ставляться для того, щоб дізнатися, продовжує співбесідник дотримуватися своєї думки чи змінив її	Такі запитання можна поставити, якщо ви докладно розповіли про складний вид послуг, оскільки після п'ятої вашої пропозиції співбесідник «відключається»	«Чи є у вас ще запитання з цієї теми?» «Яка ваша думка з цього пункту?»
Підтверджувальні запитання	Ставляться для того, щоб дійти взаєморозуміння. Якщо співбесідник п'ять разів згодився з вами, то на шосте запитання не стане заперечувати	У будь-яку розмову можна включати ці питання і робити акцент на тому, що пов'язує, а не на тому, що розділяє	«Ви, напевне, теж раді тому, що...?»
Ознайомлювальні запитання	Ознайомлюють вас із думкою співбесідника	Ці запитання ставлять і на початку, і в кінці бесіди, щоб виявити відношення партнера до сказаного	«Чи задоволені ви...?»
Зустрічні запитання	Мета цих запитань — підвести співбесідника до того моменту, коли він згодиться з вашою пропозицією	Використовуються для оброблення і підведення партнера до рішення, що вигідне для вас	«Скільки коштує ця річ (верстат і та ін.)?» Відповідь: «А скільки ви візьмете?»
Альтернативні запитання	Запитання, що надають свободу вибору. Вони припускають швидке рішення	Ці запитання для уточнення і виявлення думки співбесідника з 2–3 альтернатив	«Який день тижня вас більше влаштовує — вівторок чи середа?»
Направляючі запитання	Дають можливість керувати ходом бесіди, направляти розмову в те русло, котре вас цікавить	Використовуються для регламентованого ведення бесіди. А також тоді, коли розмова набуває небажаного повороту	«Повернемося до питання про...?»

запитання для отримання інформації особистого характеру. Які вони бувають?

2.5. Основні форми спілкування¹

I. Монологічні

¹ Основи риторики для менеджера: Навч.-практич. посібник / Укл. Барч К.В. — Ужгород: НКФ «Інпроф», 2003. — 141-146 с.

До монологічних публічних виступів відносять: доповідь, звітну доповідь на зборах, політичну промову, політичний огляд, промову мітингову, агітаційну промову, лекцію.

1. *Доповідь* — це публічний виступ політичного або громадського діяча, в якому ставлять назрілі завдання у тій чи іншій галузі життя та вмішують рекомендації й поради до їх рішення. Особливості цього жанру ще й у тому, що доповідь може стати предметом обговорення, підлягати критиці, доповнюватися новими міркуваннями та пропозиціями.

2. *Звітна доповідь на зборах* — це стисла розповідь про пророблену роботу, аналіз та оцінка її результатів. Під час читання доповіді не прийнято імпровізувати, висвітлювати які-небудь події та факти експромтом, що допустимо та доречно в інших жанрах. Бажаною є продуманість та сувораргументованість усіх розділів та положень, ясність висновків, оцінок та обґрунтованість рекомендацій. Звітна доповідь більше, ніж будь-який інший жанр риторики, наближається до книжно-канцелярського мовлення.

3. *Політична промова* — як правило, вона проголошується керівним політичним або державним діячем (президентом, керівником партії, руху). Присвячена актуальним питанням часу та висвітленню їх з позицій певних політичних рухів або загальнонаціональних інтересів.

Особливо можна виділити *парламентську промову*, яка звичайно вписується у контекст обговорюваних парламентом проблем, обмежена жорстким регламентом і зобов'язує депутата миттєво орієнтуватись у ситуації, імпровізувати, відповідати на уципливі репліки по ходу виступу.

Промова відрізняється від інших видів виступів часовими межами, емоційністю, чіткістю постановки проблем, конкретністю, насиченістю, дієвістю. Однак це зовсім не означає, що названі якості тією чи іншою мірою не притаманні іншим видам виступів. Різниця лише в більшій концентрації цих якостей у промові.

Багато політичних діячів минулого іноді гіпнотично впливали на аудиторію експресивністю, пристрасною, емоційною збудженістю та... лестоцями. У політичній діяльності промовами часто прокладається дорога до п'єдесталу визнання. І досить часто більшого успіху досягають ті, хто використовує у виступах популізм: у їхніх промовах марення обіцянок, нагнітання презирства до опонентів та безвідповідальність за реальність величних прожектів.

4. *Політичний огляд*, усна політична інформація — публічний виступ, у якому висвітлюються і стисло оцінюються соціально-політичні події. Виступи мають інформаційно-коментаторський характер і останніми роками отримали широкий розвиток, особливо на телебаченні. Завдання: планомірно інформувати з широкого кола проблем політичного, економічного та культурного життя країни, оперативно доводити до них рішення президента, парламенту, уряду та ін.

5. *Промова мітингова* має гострополітичний, закличний характер і присвячена, як правило, завжди злободенній темі. Триває мітингова промова 5-10 хвилин, емоційно яскраво прикрашена, має максимально чіткі інтонації і «заряджена» високим пафосом. Мітингова промова проголошується у випадках, коли необхідно зосередити увагу певного кола людей на будь-якому актуальному питанні і викликати колективну думку з цього приводу.

6. *Агітаційна промова* має роз'яснювальний характер, стисла за часом і може, як і мітингова промова, бути закличною мобілізаційною, але може мати й вигляд сердечного м'якого викладення будь-якої проблеми.

Агітаційні промови можна поділити на три групи: промови з метою *захопити*, промови з метою *переконати* і промови з метою *викликати активні дії*.

Більшість промов на політичних мітингах, зборах на честь будь-яких подій, а також проповіді, значною мірою побудовані на основі прикладів та відповідних даних. Матеріал у них подається таким чином, щоб викликати не тільки допитливість, а й загострити у свідомості слухачів значення події, що відбувається. Вони вміщують у собі прямий заклик

до почуттів, нагадують про вже відоме, але не до кінця усвідомлене, мають за мету логічними доводами довести чи спростувати будь-яке положення.

7. *Лекція* — аргументоване та систематизоване викладення матеріалу з певною пізнавальною (освітньою) та політичною метою. У публічних лекціях на суспільно-політичні теми особливо важливою є така риса, як розмовність. На публічній лекції аудиторія може бути змішаною як за рівнем освіти, віком, професією, так і за мотивами. Лектор-оратор зустрічається з новими слухачами, яким він також невідомий. Це потребує від нього додаткових зусиль з адаптації, вміння швидко оцінювати присутніх та, за необхідністю, перебудовуватися на ходу.

Хоча масова лекція на суспільно-політичну тему має багато спільного з академічною лекцією, але має й значні відмінності. Часто тема її ширша і більш загальна, що зобов'язує риторика викладати матеріал менш детально. Як епізодична разова лекція, вона не спирається на попередню частину циклу. Російський ритор Адфельд застосував до неї такий образ: *«Це не поверх будинку, а ціла будова зі своїм фундаментом та власним дахом»*.

Яким вимогам повинна відповідати така лекція? До таких якостей, як інформативність та змістовність, потрібно додати достовірність, оперативність, новизну, актуальність та доступність. А це означає, що треба творчо, нестандартно підібрати матеріал, урізноманітнити форми та виразні засоби впливу на слухачів.

8. *Розмова телефоном*. Дослідження показують, що телефонні переговори займають від 4-27 % робочого часу керівників, фахівців і службовців. При цьому телефон є одним з основних технічних подразників на службі. Вміння користуватися цим засобом зв'язку в тому й полягає, щоб максимально використовувати надані ним можливості і разом з тим звести до мінімуму вплив на діяльність. Культурі телефонного спілкування (насамперед, у ділових розмовах) можна і потрібно вчитися, оскільки вона є невід'ємним елементом ділових якостей людини.

Наводимо деякі соціально-психологічні рекомендації з використання телефону в професійній діяльності.

1. При виконанні термінової, що не терпить зволікання роботи: а) не знімайте трубку зовсім; б) зніміть її відразу ж і чемно скажіть: *«Будьте люб'язні, подзвоніть мені тоді-то. Я зайнятий терміновою справою»*.

2. Якщо апарат один і він стоїть у загальній кімнаті, де працюють кілька співробітників, то найбільш правильним буде по черзі встановлювати його на кожен робочий стіл. Це розподіляє «тягар спілкування» і знімає нервозність у кімнаті при кожному дзвінку.

3. Багато людей підвищують голос кожен раз, коли погано чують співрозмовника, тим самим відволікаючи від роботи інших. У таких випадках треба попросити абонента говорити голосніше і запитати, як він чує вас.

4. При знятті трубки з телефону, що задзвонив, замінійте нейтральні відкликання типу *«Так», «Алло», «Слухаю»* більш інформативними:

«Іванов», «Відділ кадрів», «Завод «Прилад»». Це усуває помилки і плутанину, а виходить, заощаджує час. Крім того, поєднання відповіді з представленням задає діловий тон усій розмові.

5. Якщо викликають співробітника, який відсутній, рекомендується не обмежуватися простою констатацією факту: *«Його немає»*, а дати відповідь приблизно такого типу: *«Його немає. Буде тоді-то. Може йому що-небудь передати?»*. І якщо вас дійсно про це попросять, не покладайтеся на пам'ять, відразу зафіксуйте прохання і покладіть записку на стіл колезі.

6. Записуйте потрібні телефони з обов'язковою вказівкою прізвища, імені і по батькові, установи або тієї конкретної справи, з приводу якої до неї телефонують. При цьому дотримуйте наступних правил.

7. Для відповідальних телефонних переговорів (міжміських, з керівництвом та

ін.) варто попередньо скласти перелік запитань, щоб при хвилюванні не випустити важливі моменти.

8. Намагайтеся дзвонити своєму абоненту в другій половині дня, не збивайте його з робочого ритму, коли він з найбільшим успіхом вирішує свої головні завдання.

9. Етика телефонного спілкування передбачає завжди називати себе, перш ніж почати розмову, навіть якщо ви розраховуєте, що вас впізнають.

10. Усі розмови варто вести доброзичливим тоном. Якщо навіть відповідь точна і повна, але дана у грубій, нетактовній формі, це завдає шкоди авторитету і працівника, і організації, яку він представляє, негативно позначається на суті справи.

11. Якщо у вас є секретар, доручайте йому пам'ятати про коло осіб і організацій, з якими вас варто з'єднати у визначений час. Крім того, він повинен знати характер запитань, що входять у компетенцію керівника й інших працівників організації, і направляти абонента до відповідного співробітника.

12. Запис телефонограм прискорюється і стає безпомилковим, якщо до телефону підключений диктофон.

II. Діалогічні

До діалогічних публічних виступів відносять *бесіду* та *диспут*.

У загальному вигляді діалог як форма мовленнєвої комунікації являє собою спілкування двох суб'єктів за посередництва мови. Однак з точки зору змістовного боку діалоги можуть суттєво відрізнятися залежно від мети та завдань, яких намагаються досягти учасники, мовленнєвої організації (структури та характеру чергування реплік), мовного «наповнення» (вибір лексики, стилю мовлення та ін.) та інших факторів. Таким чином, діалог — це процес взаємного спілкування, коли репліка замінюється у відповідь фразою і відбувається постійна зміна ролей.

Якщо хто-небудь з партнерів відмовляється від своїх реплік, то діалог перетворюється на монолог. Якщо обидва відмовляються, то, природно, спілкування припиняється.

Розглянемо основні види діалогічного спілкування:

1. *Бесіда* — це питально-відповідна форма роз'яснення найважливіших подій, тих або інших аспектів діяльності центральних та місцевих органів влади. Це основна форма роботи агітатора, але може бути застосована і лектором.

Один з різновидів цього жанру — *бесіда за круглим столом*. Декілька спеціалістів невимушено, у довільній формі публічно обговорюють ті чи інші питання і відповідають на репліки та питання присутніх. До цієї форми наближаються *вечори питань та відповідей*. Цей жанр останнім часом у молодіжних аудиторіях отримав «друге дихання». Він дозволяє глибше вивчити суспільну думку, оперативно давати відповіді на найгостріші питання. Набуті у запитально-відповідальній формі знання активніше та краще закріплюються у свідомості. Правильно помічено, що *«там, де є питання, там скоріше визріває розум»*.

Бесіда за круглим столом, вечори запитань та відповідей мають багато позитивних якостей: злободенність, активність, розмовність, контактність, поінформованість.

2. *Диспут* — різновид публічного обговорення у формі боротьби думок між його учасниками. Ритор, що веде диспут, — не підказувач і не головний мовець. Його завдання — стимулювати активність присутніх і спрямовувати обговорення у потрібному напрямі. Найважливіша умова диспуту — різні точки зору з обговорюваного питання та відсутність заздалегідь підготовлених відповідей.

III. Інтерв'ю. Прес-конференція

На стику монологічних та діалогічних видів знаходяться такі форми, як інтерв'ю та прес-конференція.

1. *Інтерв'ю*. Наприклад, ви керівник і вам доведеться дати інтерв'ю для газети чи телебачення. Загальна ерудиція, професійна культура та навички ділового спілкування, безумовно, допоможуть вам у цій справі. Але для того щоб ви не припустилися великих

помилки та прорахунків у процесі інтерв'ю, щоб достатньо компетентно та професійно представили свою фірму, можна скористатися такими порадами.

Перед інтерв'ю:

- попросіть того, хто бере у вас інтерв'ю (інтерв'юера), дати вам перелік основних проблем, питань, які його передусім цікавлять. Уточніть та запишіть дату, час і місце зустрічі;

- продумайте найбільш імовірні питання і заздалегідь підготуйте на них професійно грамотні та, за можливістю, стислі відповіді;

- приходьте на інтерв'ю одягненим, як на офіційну зустріч, а не як на танцювальний майданчик;

- запам'ятайте прізвище, ім'я, по батькові інтерв'юера.

У процесі інтерв'ю:

- після привітання з інтерв'юером намагайтеся справити на нього перше сприятливе враження. Не слід метушитися, поведіться спокійно, невимушено, але не скуто і не зухвало;

- постарайтеся, щоб стиль вашої бесіди-інтерв'ю був діловим та оптимістичним;

- час від часу посміхайтесь, а також, якщо будете вважати за доцільне, використайте одну-дві репліки, фрази, які б охарактеризували вас як людину, не позбавлену почуття гумору та дотепності;

- обов'язково дивіться інтерв'юеру у вічі, відповідайте на питання впевнено, але без самовпевненості;

- не бійтеся проявляти ініціативу і навіть «розгорнути» бесіду в потрібному для вас напрямі;

- слідкуйте за мовленням, аргументацією, фактами та прикладами, які ви наводите;

- не відхиляйтеся від відповідей на запитання. Остерігайтеся двозначності тлумачень вашої точки зору. Запобігайте відповідям типу «так» чи «ні», але не будьте надмірно багатослівні;

- завершуючи інтерв'ю, поцікавтесь, коли і де буде надруковане чи показане по телебаченню ваше інтерв'ю. Подякуйте інтерв'юерові за цікаві запитання, увагу до вашої фірми та до вас особисто.

Після інтерв'ю:

- проаналізуйте для себе, які запитання вам ставили і чому, проаналізуйте свої відповіді, реакцію інтерв'юера;

- через деякий час напишіть або подзвоніть інтерв'юеру про те, чи буде і коли буде надруковане чи показане ваше інтерв'ю по телебаченню;

- не намагайтесь давати інтерв'ю дуже часто і на одну й ту саму тему.

2. *Прес-конференція* скликається для того, щоб довести до широкої публіки важливу політичну, економічну, соціальну інформацію, повідомити про дії організацій, що мають велику значимість для громадськості. Тим самим зміцнюються зв'язки з населенням, удосконалюється імідж закладів, підприємств, фірм.

Відповідаючи на запитання журналістів, слід пам'ятати, що вдалі відповіді — найбільш «вигідна» частина будь-якого діалогу з публікою, коли оратор отримує можливість найкращим чином продемонструвати ерудицію, компетентність, винахідливість, психологічну стійкість, зробити внесок в удосконалення іміджу своєї організації та політики, яку вона проводить.

Спеціалісти в галузі теорії та практики комунікації дають такі поради учасникам прес-конференцій:

- відповідайте на питання чітко, лаконічно, «не читайте лекцій». Вдала відповідь часто буває коротша за запитання;

- зважуйте кожне слово, слідкуйте за логічністю, зв'язністю, правильністю

мовлення. Неприпустимі недбалість формулювань, мовленнєві огріхи. Запобігайте неприродної повільності або розтягнутості мовлення. Це втомлює аудиторію. Безумовно, припустима деяка «роздумливість» (оратор думає на ходу, підбирає слова, аргументи «на очах аудиторії»), але до розумних меж;

— називайте речі своїми іменами, не намагайтесь упоратися за допомогою банальних, загальних фраз. Дискредитує оратора удаваний оптимізм, необгрунтована бадьорість;

— не забувайте про цифри, факти — це підтверджує вашу ерудицію. Але користуйтеся ними помірно. Пам'ятайте: цитата, посилання на авторитет — не доведення. Це лише підкріплення ваших особистих суджень;

— тримайтесь бадьоро, впевнено, не вбирайте голову в плечі, не відводьте очі та не відповідайте тоном, немовби ви просите вибачення. Однак абсолютно недоречні зверхність на менторський тон.

2.6. СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ СПІЛКУВАННЯ

Особистість у процесі спілкування з іншими може вдаватися до певних стратегій та тактик, щоб досягти ефективних результатів.

1. *Співробітництво*. Така стратегія сприяє організації спільної діяльності, забезпечує її успішність, узгодженість, ефективність. Цей вид взаємодії позначають також поняттями «кооперація», «згода», «пристосування», «асоціація».

2. *Суперництво*. Вибір такої стратегії певною мірою розхитує спільну діяльність, створює перепони на шляху до порозуміння. Її позначають також поняттями «конкуренція», «конфлікт», «опозиція», «дисоціація».

3. *Компроміс*. Ця стратегія здатна врегулювати шляхом взаємних поступок: обидві сторони поступаються чимось, що забезпечує спільне розв'язання проблеми.

4. *Пристосування*. Супроводжується поступками інтересів однієї зі сторін: людина не намагається відстоювати своїх інтересів і погоджується робити те, що хоче інший.

5. *Уникання*. Така тактика супроводжується ухилянням, втечею, намаганням людини вийти із конфліктної ситуації, не вирішуючи її, не поступаючися своїми поглядами та інтересами але й не наполягаючи на них. Людина не відстоює своїх прав, не співпрацює з партнером по спілкуванню для вироблення певного рішення.

2.7. ОСНОВНІ СТИЛІ СПІЛКУВАННЯ

Стиль спілкування суттєво впливає на поведінку людини під час її взаємодії з іншими людьми. Конкретний вибір стилю спілкування визначається такими факторами: *особисті якості людини, її світогляд та соціальний статус у певному суспільстві, характеристиками цього суспільства та ін.* Якщо виходити з того, що стиль спілкування визначається більшою готовністю людини до комунікації в тій чи іншій ситуації, то можна говорити про три основні стилі: *авторитарний, демократичний, ліберальний, ритуальний, маніпулятивний та гуманістичний*. Ритуальний стиль зумовлюється міжгруповими ситуаціями; авторитарний, демократичний, ліберальний, маніпулятивний — діловими; гуманістичний — міжособистісними.

Стиль спілкування слід розглядати в цьому ракурсі як схильність до певного виду спілкування, направленість, готовність до нього, що проявляється в тому, як людина підходить до вирішення більшості ситуацій. Однак якийсь один стиль не повністю визначає спілкування людини, вона може спілкуватись і в будь-якому іншому, «чужому» стилі. Так, якщо у спілкуванні людини привалює маніпулятивний стиль, це зовсім не означає, що її спілкування з близьким другом також буде діловим.

Ритуальне спілкування. Головним завданням партнерів у цьому стилі є підтримка зв'язку із соціумом, підкріплення уявлення про себе як про члена суспільства. При цьому важливим є те, що партнер у ритуальному спілкуванні є немовби необхідним атрибутом виконання ритуалу. У реальному житті існує велика кількість ритуалів, іноді дуже різних ситуацій, у яких кожний бере участь як «маска» із заздалегідь визначеними якостями. Ці

ритуали вимагають від учасників тільки одного — знання правил гри. Наприклад, ми вітаємося із знайомими та малознайомими людьми, говоримо про погоду, сміємося, скаржимося на побутові труднощі — це все елементи ритуального спілкування.

Маніпулятивне спілкування. Це спілкування, при якому до партнера відносяться як до засобу досягнення зовнішніх по відношенню до нього цілей. У маніпулятивному спілкуванні своєму співрозмовникові демонструється лише те, що допоможе досягненню мети. У цьому виді спілкуванні ми, по суті, «підсовуємо» партнеру стереотип, який ми вважаємо найбільш вигідним у даний момент, навіть якщо в обох партнерів свої цілі з приводу зміни точки зору співрозмовника. Переможе той, хто виявиться найбільш винахідливим маніпулятором, тобто той, хто краще знає партнера, краще розуміє цілі, краще володіє технікою спілкування.

Не слід з цього робити висновок, що маніпуляція є негативним явищем. Велика кількість професійних завдань передбачає саме маніпулятивне спілкування. По суті будь-яке навчання (суб'єкту необхідно дати нові знання про світ), переконання, управління завжди включає в себе маніпулятивне спілкування. Саме тому ефективність цих процесів багато в чому залежить від ступеня володіння законами і технікою маніпулятивного спілкування.

З типовими ознаками маніпулятивного спілкування, техніками його запобігання ознайомимося в наступних розділах.

Гуманістичне спілкування. Це найбільшою мірою особисте спілкування, що дає змогу задовольнити такі людські потреби, як розуміння, співчуття, співпереживання. Ні ритуальне, ні маніпулятивне спілкування не можуть упоратися з цією проблемою.

Цілі гуманістичного спілкування із самого початку не закріплюються і не плануються. Специфічною особливістю цього спілкування є те, що очікуваним результатом його є не підтримка соціальних зв'язків, як у ритуальному спілкуванні, не зміна точки зору партнера, як у маніпулятивному, а спільна зміна уявлень обох партнерів, що визначається глибиною спілкування. Приклад гуманістичного спілкування: інтимне, довіряюче, педагогічне, спілкування лікаря та пацієнта, психотерапевтичне та ін.

Авторитарне спілкування. Це влада одного в процесі спілкування. Одноосібне ухвалення рішення, накази, вказівки. Люди, що сповідують авторитарний стиль взаємодії, мають догматичне мислення, за якого тільки одна думка (переважно керівника) правильна, а всі інші помилкові. Ініціатива інших людей не заохочується.

Демократичне спілкування. Для нього властиве колегіальне прийняття рішень, заохочення активності учасників комунікативного процесу, поінформованість усіх про вирішувану проблему, способи виконання завдань, досягнення цілей. Врахування інтересів, потреб, бажань учасників комунікативного процесу.

Ліберальне спілкування. Ліберал, або поступливий, у спілкуванні «пливе за течією», часто вдається до вмовляння співрозмовника, малоініціативний у спілкуванні.

2.8. Типи комунікабельності людей

У процесі комунікації люди проявляють по-різному. У психології спілкування виділяються основні типи комунікабельності людей, які розрізняються залежно від переваги таких мовленнєвих характеристик:

- домінантність;
- мобільність;
- ригідність;
- інтровертність.

Домінантний співрозмовник намагається заволодіти ініціативою у мовленнєвій комунікації, не любить, щоб його перебивали. Він досить часто буває різким, глузливим, говорить трошки голосніше, ніж інші.

Щоб досягти мети спілкування, особливо в діловій сфері, не рекомендується перехоплювати в домінантного партнера ініціативу, перебивати, використовувати вирази мовленнєвого тиску («Досить!» «Замовкни!» та ін.). Слід застосувати стратегію

«мовленнєвого вимотування». Дочекавшись паузи, швидко й чітко сформулювати свої інтереси. Вступ у бесіду через паузу не виглядає зовнішньо як перехоплювання ініціативи, хоча по суті і є таким. З кожною паузою ваша позиція стає все чіткішою, домінантний співрозмовник змушений вже з нею рахуватися та якось оцінювати. Ви добилися головного — вас уважно слухають.

Мобільний співрозмовник не відчуває ніяких труднощів у мовленнєвій комунікації. Він легко входить у розмову, говорить багато, охоче, іноді цікаво, часто перестрибує з теми на тему, не розгублюється в незнайомій компанії.

Це один з кращих типів для побутового спілкування. Однак у діловій сфері постійне бажання мобільного співрозмовника змінювати тему знижує ефективність мовленнєвої комунікації. Тому слід через резюме, питання, висновки повертати його до теми. Інакше можна із задоволенням проговорити весь день і розійтися без з'ясування навіть основних моментів теми.

Ригідний співрозмовник відчуває труднощі звичайно при вступі у мовленнєву комунікацію. Коли ж етап вступу позаду, ригідний співрозмовник чітко формулює свою позицію, є логічним, розсудливим. Цей тип найбільше підходить для плідного ділового спілкування.

Щоб мовленнєва комунікація з ригідним партнером була продуктивною, його слід «розіграти». У даному випадку не рекомендується одразу переходити до предмета мовленнєвої комунікації, найкраще розширити вступну частину, поговорити на абстрактну тему, створити ситуацію етикетного спілкування.

Якщо з мобільним партнером ви почнете мовленнєвий контакт з розмови на абстрактну тему, то дуже швидко гірко пошкодуєте про це. Але якщо з ригідним партнером ви перейдете до теми без вступу, то спочатку на ваші запитання будете отримувати відповіді «можливо», «треба подумати» та ін.

Інтровертований співрозмовник не намагається заволодіти ініціативою і готовий віддати її без особливих заперечень. Він досить часто сором'язливий, скромний, схильний принижувати свої можливості, не любить розмов на інтимні теми. Різкі, грубі фрази можуть вибити його з колії, а присутність під час бесіди сторонніх (особливо незнайомих) осіб помітно сковує його.

Для того щоб мовленнєвий контакт з інтровертним партнером проходив нормально, слід постійно вербально (через схвальні слова етикету) та невербально (поглядом, кивком голови) показувати, що ви поважаєте його як цікавого співрозмовника, цінуєте його висловлювання. Не слід перебивати інтроверта, спростовувати його доводи без мотивації — мовленнєвий контакт може раптово й надовго перерватись.

Кожний тип спілкування чимось цікавий, але незнання особливостей будь-якого з них може привести до негативних наслідків. Звичайно, далеко не завжди ми маємо справу з абсолютним проявом у людини того чи іншого типу мовленнєвої комунікації, але *завжди один з названих типів буде визначальним*.

Спеціалісти з галузі управління відзначають, що інтроверти рідко бувають хорошими керівниками. А якщо ви вирішили зробити кар'єру в управлінні, будучи інтровертом? Можна спробувати, але необхідно зсунути свій тип спілкування у бік ригідності, і при цьому жорстко контролювати своє мовлення. Отже, безумовно, готуватись до кожної бесіди, до переговорів слід ретельніше і серйозніше, ніж може дозволити собі співрозмовник, партнер, який належить до мобільного або домінантного типу.