

ЛЕКЦІЯ 8 ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ СПІЛКУВАННЯ

План

1. Поняття мовленнєве спілкування або вербальна комунікація.
2. Культура слухання. Культура говоріння.
3. Значення переконуючого впливу в мовленнєвому спілкуванні.
4. Вплив особистості на ефективність переконання.
5. Логіко-психологічні правила конструювання повідомлень.

1. Поняття мовленнєве спілкування або вербальна комунікація.

Мовленнєве спілкування — засіб, у якому як знакову систему використовують мовлення (систему фонетичних знаків, що містить два принципи: лексичний та синтаксичний).

У психології в комунікативному акті нерідко виокремлюють орієнтувальну та виконавчу частини. Перша включає в себе аналіз ситуації взаємодії, формування плану дії, тобто стратегії спілкування, необхідної для досягнення мети. Важливим моментом орієнтації є також оцінювання можливих наслідків певних дій і передбачення нейтралізації негативних результатів. Виконавча частина найчастіше реалізується з урахуванням правил регуляції спільних дій: мовленнєвого етикету, самоподання, зворотного зв'язку. Під останнім розуміють реакцію суб'єкта на те, що він почув, бо інформацію про це він надсилає у зворотному напрямі. Ця реакція свідчить, чи зрозумів об'єкт отримані сигнали, чи довіряє повідомленню і як емоційно ставиться до партнера та конкретного змісту повідомлення.

Щоб комунікативний акт був успішним, на етапі орієнтації треба звернути увагу на код і контекст. Це сприймання та розуміння ситуації контакту і добір стратегії спілкування. У цьому разі увага концентрується на адресаті (співбесідникові), а не на собі. На етапі виконання контролюються вже власні дії, конструюються повідомлення і підтримується контакт.

Культура мовленнєвого спілкування містить дві складові:

культуру говоріння та культуру слухання. Про одну людину кажуть, що вона говорить, як співає, про іншу — що вона вміє не лише слухати, а й чути.

2. Культура слухання. Культура говоріння.

Дослідження вчених свідчать, що високою культурою слухання відзначаються лише деякі з тих людей, що спілкуються. Водночас невміння слухати нерідко є основною причиною неефективного спілкування, непорозумінь і навіть конфліктів. Чому ми не вміємо часом вислухати і зрозуміти партнера по спілкуванню? Тому що, насамперед, наша увага не стабільна, вона коливається. Так звані думи спотворюють зміст повідомлень. Наш емоційний стан також відволікає увагу від того, про що говорять співбесідники, і ми відключаємося.

Зафіксовано навіть феномен “перцептивне перекручування”. Виявилось, що люди здатні змінювати або ж узагалі не сприймати інформацію, яка їм видається небезпечною, тривожить, викликає почуття невпевненості, не відповідає уявленню про себе чи про картину світу, яка для них є надійною. Якщо людина не хоче, то може не чути критику на свою адресу, або не запам’ятати чиєсь прохання, виконати яке важко.

Слухання — не просто мовчання, а активна діяльність, своєрідна робота. Їй передують бажання почути, інтерес до співрозмовника. Те, як людина реагує на повідомлення іншого, залежить від рівня її моральності, її культури.

Важливе значення мають як вербальні, так і невербальні аспекти слухання, передусім слухання “всім тілом”. Коли нам цікаво, ми несвідомо повертаємось обличчям до співбесідника, нахиляємось до нього, встановлюємо з ним візуальний контакт, тобто на рівні несвідомого концентрується увага на співрозмовникові. Культурні люди, з високими моральними установками роблять це свідомо.

Слухати партнера і здійснювати вербальний зворотний зв’язок можна по-різному. Розрізняють такі типи реакцій людини на мовлення співрозмовника: оцінювання, тлумачення, підтримку, уточнення, чуйність і розуміння. Найчастіше маємо справу з оцінюванням і зворотним зв’язком, рідше — з тлумаченням (інтерпретацією). Уточнення, підтримка та розуміння спостерігаються дуже рідко.

Щоб слухання було ефективним, відповідало високому рівню культури спілкування, зокрема моральної, оцінні судження та інтерпретації бажано звести до мінімуму або краще зовсім ними не користуватися. У протилежному разі ми починаємо начебто “вимірювати” думки, почуття співрозмовника своїми мірками, порівнювати їх зі своєю шкалою цінностей. Водночас партнер по спілкуванню звертається до нас зовсім з іншим бажанням.

Звичайно, це не означає, що не треба висловлювати власну думку. Проте завжди бажано пам'ятати про мету слухання, особливо в тому разі, коли співбесідник і контакт з ним значимі для нас. Якщо основою спілкування є інформативна функція (наприклад, на лекції) чи функція контролю за мовленням (наприклад, при вивченні іноземної мови), то й вимоги до процесу слухання мають бути належними. У цьому разі можуть мати місце і оцінювання, і інтерпретація.

Розрізняють два види слухання: *нерефлексивне* і *рефлексивне*.

У першому випадку йдеться про уважне слухання з мінімальним мовним втручанням. Нерідко це допомагає людям виразити свої почуття. Інколи таке слухання називають мінімальною підтримкою. *Нерефлексивне слухання* варто застосовувати тоді, коли співрозмовникові важко передати свої почуття (наприклад, він дуже схвилюваний) або коли бар'єром у спілкуванні стає різний статус партнерів. *Рефлексивне слухання* передбачає регулярне використання зворотного зв'язку з тим, щоб досягти більшої точності в розумінні співрозмовника. Для цього вживаються запитання-уточнення. Вони допомагають виявити значення, “закодовані” в словах-повідомленнях. Використовуючи мовленнєвий етикет, загальноживані слова, ми вкладаємо в них особистісний зміст. Перевірка правильності того, що почуто, дає змогу не приписувати партнерові якихось власних думок, почуттів і установок щодо конкретного питання.

Розрізняють **чотири види реакцій людини під час слухання:** з'ясування, перефразування, відбиття почуттів і резюмування.

З'ясування полягає у зверненні до співрозмовника за уточненнями та в постановці перед ним “відкритих” запитань (тобто таких, на які не можна відповісти одним словом: “Так” чи “Ні”).

Перефразування — це формулювання думки співрозмовника своїми словами з метою визначення точності розуміння.

Коли йдеться про *відбиття почуттів*, це означає, що акцент зроблено в процесі слухання не на змістовній стороні мовлення співрозмовника, а на його емоційних реакціях. Під час зворотного зв'язку ми робимо спробу показати співрозмовникові, що розуміємо його переживання. Дуже часто саме це є важливим для партнера, і саме цього він чекає від нас. До того ж такий зворотний зв'язок може сприяти тому, що той, хто говорить, сам краще розбереться у своїх переживаннях. Він помітить неточність в інтерпретації свого стану, і це допоможе йому краще зрозуміти себе, свої почуття.

Відповіді-уточнення дають змогу певним чином узагальнити думки та почуття відправника інформації. Вони використовуються насамперед з метою оцінки того, чи правильно співрозмовники зрозуміли один одного. Ми кажемо: “Якщо я правильно Вас зрозумів...”. Така реакція порівняно швидко приводить до взаєморозуміння та розуміння змісту проблеми.

Резюмування також використовується, якщо під час розмови увага переключається на інше, нерідко другорядне питання. Цей вид треба використовувати в бесіді для того, щоб підбити підсумки. Його корисно також застосовувати з метою попередження та розв'язання конфліктів.

Культура говоріння

Розглянемо характеристику “говоріння”, тобто механізми мовлення, побудови висловлювань, індивідуальні особливості людини, що говорить.

Феноменологія мовлення надзвичайно різноманітна. Це і особливості використаної лексики, і володіння граматиною, і багатство асоціацій, і продуктивність чи стереотипність мовлення, його динамічність, вияв певного ставлення до співрозмовника.

Побудова висловлювання — це розв'язання конкретних комунікативних завдань відповідно до мети мовлення і особливостей ситуації. Для цього за

допомогою мовлення треба стимулювати співрозмовника до створення внутрішнього образу, подібного до того, який йому передається.

Важливими характеристиками мовленнєвого спілкування є діалог і монолог. Ефективним може бути спілкування, в якому використано як діалог, так і монолог. Діалог (тим більше полілог) істотно відрізняється від монологу. Останній розглядається як онтогенетично більш пізній, більш складний етап розвитку мовлення.

Монолог і діалог мають психолого-ситуативні та мовні особливості. На відміну від діалогу монолог наче передбачає реакції співрозмовника. Висловлювання тут більш розгорнуті, свідоміше добираються слова й вибудовуються речення, меншу роль відіграють міміка та жести. У діалозі велике значення мають так звані діалогічні відносини, про які так переконливо писав М. М. Бахтін: “Діалогічна реакція персоніфікує всяке висловлювання, на яке реагує”. У двоголосому слові, в репліках діалогу чуже слово, позиція враховуються, на них реагують. І саме це є основною, порівняно з монологом, характеристикою діалогу.

Виходячи з цієї особливості діалогу нині вибудовуються нові концепції етики пізнання, мислення, навчання, управління тощо. При цьому враховується, що внутрішній діалог відіграє важливу роль в індивідуальному мислительному процесі, а зовнішній — у спільному розв’язанні завдань. Зовнішньому діалогу, який так потрібний для спільної мислительної діяльності партнерів, насамперед дітей, студентів, необхідно спеціально вчити. Тому нині одним із принципів перебудови навчання у школі та вузі є принцип діалогізації педагогічної взаємодії.

Річ у тім, що монолог — це нерівноправність щодо обміну інформацією. Тут домінує один, наприклад викладач, керівник, менеджер. Він є джерелом інформації, ставить запитання, контролює та оцінює відповіді, слугує еталоном наслідування. Така взаємодія передбачає лише поверхнєве, частинне розуміння та прийняття особистостей тих, з ким спілкуються. Діалогічна взаємодія — це особистісно рівноправні позиції, співпраця, де домінують мотиви самоактуалізації та саморозвитку співрозмовників.

При будь-якій комунікації розрізняють рівень змісту та рівень взаємин. Щоб чіткіше зрозуміти відмінність між ними, розглянемо такий приклад: підлеглий звертається до керівника з проханням дозволити йому скористатися автомобілем для того, щоб доїхати до аеропорту (рівень звернення). Керівникові в цей час також буде потрібна ця машина, водночас йому хочеться допомогти (рівень взаємин). Така нероздільність цих двох рівнів комунікації у свідомості є нерідко причиною непорозумінь між людьми, міжособистісних конфліктів, а також маніпулятивних ігор, у які втягуються партнери.

Відомо, що майже 40 відсотків мовленнєвого тексту виголошується з тим, щоб передати ставлення, взаємини. Це — позиції, думки, ситуативна самооцінка, дистанція спілкування, встановлення психологічного контакту, рольовий та соціальний статус. На основі вивчення мовленнєвого впливу в умовах публічної дискусії (парламентські виступи) отримано ще виразніший результат: 64 відсотки всіх прийомів впливу належать до таких, коли передається певне ставлення однієї людини до інших або до змісту їхнього мовлення. Це виявляється у підкресленості значення обговорюваної проблеми, дискредитації опонента та його думки, завищенні значущості власного ставлення до проблеми і т. ін. Навіть у межах раціональної дискусії велику роль відіграє особистість відправника, його установки, емоційні особливості та комунікативні здібності. Суб'єктивний характер сприймання тих, хто слухає, їхня упередженість також впливають на хід дискусії, на полілог.

Встановлено, що незбіг чи конфронтація позицій нерідко підштовхують партнерів перейти на інші рівні змістовної активності, а це, у свою чергу, впливає на розвиток динаміки їхніх взаємин. Загалом суперечність у динаміці двох зазначених ліній комунікації розглядають як силу, що сприяє розвитку полілогу. Ураховуючи викладене, треба розібратися в тому, яку активність кожен із нас виявляє під час діалогу чи полілогу, і в тому, який конкретний внесок зробив кожний в обговорення. Добре, коли активність проявляється на рівні моральності, тоді вона сприяє взаєморозумінню та досягненню мети. У протилежному разі бажано “виокремлювати” людей від проблеми, щоб обговорення було ефективним.

3. Значення переконуючого впливу в мовленнєвому спілкуванні.

Питання про роль та значення переконуючого впливу в мовленнєвому спілкуванні розглядається багатьма спеціалістами. Проте найцікавіші результати отримали соціальні психологи, автори експериментальної риторики Йельського університету. Ідеться про так звану переконуючу комунікацію.

Як відомо, риторика вчить мистецтву красномовства, переконання під час промови. Експериментальна риторика показує, що можна підвищити ефективність такого впливу, враховуючи індивідуальні особливості людей, зокрема їхні соціальні установки та правила конструювання повідомлень. Зауважимо, що в такому разі йдеться не лише про комунікативні установки, що описувалися раніше. У кожного з нас є спектр установок щодо різних об'єктів, суб'єктів і взаємин. Ці установки сприяють або заважають переконуючому впливу, який, у свою чергу, сприяє зміцненню старих установок або формуванню нових.

Повідомлення нестиме заряд переконуючого впливу, якщо воно або зніме суперечність між елементами свідомості у тих, на кого цей вплив спрямовано, або підсилить думку, яка у них була раніше. Суперечність, яка "роздирає" людей, призводить до психологічного дискомфорту, отже, пробуджує в них готовність його позбутись. Наприклад, знання про те, що я палю, і про те, що це спричинює захворювання, співіснують конфліктно. Потрібна нова думка, яка примусить розв'язати цю суперечність.

Важливе значення для ефекту переконуючого впливу має характер ситуації та особистість відправника повідомлення (балансна модель). Якщо ставлення (установка) до відправника позитивне, то й ставлення до його висловлювання скоріше також буде позитивним. Якщо до відправника ставлення нейтральне і його висловлювання викликає негативні емоції, то ця реакція може бути перенесена і на самого відправника, а передана ним інформація сприйматиметься як така, що не заслуговує на довіру. Щоб уникнути перекручення інформації, дуже важливо дотримуватись гуманістичних принципів, правил мовленнєвого етикету.

Важливою для переконуючого впливу є стадія сприймання інформації. Якщо вихідні позиції, установки відправника та адресата різко різняться, то при оцінюванні другим позиції першого вона видається ще більш віддаленою, ніж насправді. До того ж мета впливу не досягається. І, навпаки, якщо вихідні позиції адресата і відправника спочатку мало чим різняться, то вплив стане навіть підсиленим. Водночас ефективність переконуючого впливу залежить від індивідуальних особливостей відправника та побудови ним повідомлень.

4. Вплив особистості на ефективність переконання.

Важливий висновок експериментальної риторики полягає в тому, що вплив особистості може певним чином “накладатися” на вплив повідомлення, змінюючи його остаточний результат. Як зазначалося, для прийняття нової думки її спочатку треба сприйняти та зрозуміти. Виявилося, що особистість відправника (комунікатора) не впливає на розуміння та запам’ятовування повідомлення адресатом. Навпаки, якщо комунікатор — авторитетна особа, то аргументація на користь висловленої ним думки гірше запам’ятовується і засвоюється адресатом (немає потреби відслідковувати процес мислення відправника, бо йому довіряють).

Щоб повідомлення відповідало системі цінностей і думок адресата, відправник має викликати в нього довіру. Це буває тоді, коли співрозмовник сприймає його як експерта з конкретного питання і якщо він щирий і чесний. При ідентифікації думка приймається не тому, що вона є об’єктивною істиною, а тому, що її поділяють інші люди (відправник чи група людей, яких він представляє). У цьому разі належність до якоїсь групи чи схожість у думках з відправником важливі для адресата. Головною рисою відправника, яка приводить до ідентифікації, є його привабливість. Формальне прийняття думки, зовнішнє підкорення визначаються ступенем контролю відправника за особистими планами адресата, тобто владою першого.

Значущими для переконуючого впливу є й інші особливості відправника: м’якість, дружнє ставлення, неагресивність. Вони також належать до однієї групи названих раніше моральних якостей.

Отже, особистість комунікатора, безсумнівно, впливає на ефективність його мовлення. Високий рівень культури спілкування передбачає знання якостей відправника та врахування їх у конкретних ситуаціях відповідно до моральних правил і норм. Звичайно, переконуючий вплив залежить не лише від особистості комунікатора, а й від того, як він вибудовує своє повідомлення.

5. Логіко-психологічні правила конструювання повідомлень.

Існують залежності між ефективністю мовлення та особливостями ситуації, характеристиками аудиторії та характером обговорюваної проблеми. Так, у одних випадках краще впливають емоційні апеляції до аудиторії, в інших — раціональні. Усе залежить від того, з якою аудиторією спілкується людина. Якщо з молоддю, то більше впливає емоційно забарвлена мова, а якщо з літніми людьми або з тими, хто має технічну освіту, краще використовувати раціональні апеляції. Починати виступ, як правило, найкраще з емоційного звернення до людей. Водночас не варто сильно захоплюватись емоційністю та крайніми виразами, бо це часом призводить до ефекту бумерангу.

Учені, розглядаючи проблеми конструювання повідомлень, порівнювали кульмінаційний порядок їх побудови (найсильніші аргументи наводяться наприкінці), антикульмінаційний порядок (зворотний, коли, навпаки, повідомлення починається із сильного аргументу) та розміщення сильних аргументів усередині повідомлення. Яка ж форма викладу найефективніша? Виявилось, що кульмінаційний і зворотний порядок дають кращі результати, аніж серединний (із невеликою перевагою першого над другим). Однак у цьому разі важливо враховувати змістовний бік повідомлення та установки слухачів. Якщо вони не дуже зацікавлені предметом повідомлення, то найвагоміші аргументи треба викласти із самого початку. Це кращий спосіб пробудити інтерес та увагу людей. Якщо вони дуже зацікавлені темою розмови, то найцікавіші аргументи варто викласти наприкінці повідомлення. Послаблення аргументації може дещо розчарувати аудиторію.

Що ж до включення контраргументів, то найефективнішими є повідомлення, в яких розглядаються також аргументи протилежної сторони, а

не ті, де наводяться докази лише на користь своїх думок. Виняток становлять аудиторії, де знаходяться переважно люди з низьким рівнем освіти. Тут більш ефективним є повідомлення, в якому найчастіше подається одна позиція.

Вирішуючи питання оптимального розміщення основної ідеї в повідомленні, варто згадати про відомий ефект краю. Інформація, що розміщена на початку і в кінці повідомлення, краще сприймається, запам'ятовується, осмислюється, ніж та, що всередині. Нові установки в адресата також краще формуються на початку спілкування. Тому основну ідею, думку, яку ми хочемо “внести” до його свідомості, доцільно викладати на початку мовленнєвого спілкування. Наприкінці також бажано до неї звернутися, але використавши для цього нові аргументи.

Культура говоріння тісно переплітається з культурою рідної мови, про яку потрібно постійно дбати, особливо на етапі відродження національної самосвідомості. У чудовій молитві до мови, написаній Катериною Мотрич, розкриваються велич і сила, краса і духовне багатство рідної мови. Ось рядки з неї: «Мово наша! Дзвонкова кринице на середохресній дорозі нашої долі! Твої джерела б'ють десь від магми, тому і вогненна така. А вночі купаються в тобі ясні зорі, тому й ласкава така. То ж зцілювала ти втомлених духом, давала силу, здоров'я, довгий вік і навіть безсмертя тим, що пили тебе, цілющу джерелицю, і невмирущими ставали ті, що молилися на дароване тобою слово. Бо “Споконвіку було Слово, і Слово було у Бога, і Слово було Бог”».