

Лекція № 6

Тема лекції: **НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ СПІЛКУВАННЯ ТА КУЛЬТУРА ПОВЕДІНКИ**

План лекції

1. Системи невербальних засобів спілкування.
2. Територіальні зони спілкування.
3. Вплив погляду, постави, жестів у спілкуванні.
4. Види дотиків та їх роль у спілкуванні.

Зміст лекції

Питання 1. Системи невербальних засобів спілкування.

За використанням знакових систем виділяють такі види спілкування:

- вербальне (словесне) спілкування, яке в свою чергу поділяється на усне та писемне мовлення;
- невербальне (безсловесне) спілкування.

За деякими даними, 60-80% інформації від співрозмовника ми отримуємо через невербальні канали зв'язку.

Невербальні засоби спілкування досить різноманітні:

- візуальні засоби спілкування (рухи м'язів обличчя, вираз обличчя, очей; рухи рук, ніг; жести; рухи тіла; просторова дистанція; реакція шкіри: почервоніння, пітливість; поза, постава; зовнішній вигляд – одяг, зачіска, косметика, аксесуари);
- аудіальні засоби (паралінгвістичні: якість голосу, його діапазон, тональність, темп, ритм, висота звуку);
- екстралінгвістичні: мовні паузи, сміх, плач, зітхання, кашель, плескання);
- тактильні засоби спілкування включають усе, що пов'язано з дотиками співрозмовників (потискання рук, обійми, поцілунки, поплескування по плечах тощо);
- ольфакторні засоби спілкування, які включають приємні та неприємні запахи навколишнього світу, природні та штучні запахи людини.

Найважливішою особливістю невербальної комунікації є те, що вона здійснюється за участі різних сенсорних систем: зору, слуху, тактильних відчуттів, смаку, нюху.

На основі полісенсорної природи невербальної комунікації виділяють різноманітні її види.

Системи невербальних засобів спілкування:

- ✓ оптико-кінестична система – жести, міміка, пантоміма, рухи тіла (кінесика);

- ✓ паралінгвістична система – вокалізація, діапазон та тональність голосу;
- ✓ екстралінгвістична система – темп, пауза, плач, сміх, кашель тощо;
- ✓ проксеміка – система організації простору і часу;
- ✓ контакт очей – візуальне спілкування.

Акустичні засоби передачі невербальної інформації

Те, як ми говоримо, часто є більш важливим, ніж сам зміст повідомлення. Вимовлене слово ніколи не є нейтральним.

Дослідники виділяють наступні якості звукового оформлення промови: висота, гучність, швидкість, ритмічність, тембр, мелодика, звучність, напруженість.

До неконтрольованих і частково контрольованих сигналів відносяться такі звукові явища як стогін, сміх, плач, зітхання.

Екстралінгвістична система – це включення в мову пауз, а також різного роду психофізіологічних проявів людини як плач, кашель, сміх, зітхання тощо.

Просодика – загальна назва таких ритмо-інтонаційних сторін мови як висота, звучність голосового тону, тембр голосу, сила наголосів.

Дослідженнями встановлено, що 60-90% правильних суджень про людину, її внутрішній стан ґрунтуються на вмінні розшифрувати характеристики голосу й манери говорити.

Голосові характеристики – найважливіший чинник формування нашого образу в сприйманні інших; або ми володіємо своїм голосом, або стаємо його жертвами.

Досить успішно можуть бути закодовані акустичним способом основні емоції – страх, гнів, радість, смуток, здивування, а також такі емоційні стани як доброзичливість, тривожність, певність.

Так, для емоції гніву характерні загальне збільшення сили і висоти голосу, збільшення різкості мовних звуків.

Емоція суму, навпроти, характеризується повільним наростанням і спадом сили і висоти голосу, збільшеною тривалістю складів, падінням сили і дзвінкості голосу. Глухість або дзвінкість голосу видає вік того, що говорить.

Швидка промова створює враження про промовця як про людину активну, енергійну, з одного боку, або про непевну, метушливу, з іншого.

Низький, глухий, багатий інтонаціями голос пов'язують з людиною цілеспрямованою, вольовою, рішучою.

Ритмічна промова свідчить про піднесеність настрою.

Регулятивну функцію в розмові виконують паузи, що підкреслюють важливі моменти в промові, дають аудиторії можливість обдумати сказане, інколи допомагають виявити обман.

Хоча індивідуальні характеристики голосу не можуть слугувати надійним показником якостей особистості, тим не менше слід пам'ятати про важливу особливість сприймання людини за голосом.

Слухачі більше схильні наділяти чеснотами людей з досконалою вимовою (приємний тембр, інтонації), приписувати володарям гарного голосу не тільки високі інтелектуально-естетичні і психологічні якості (симпатичність, інтелігентність, освіченість, доброзичливість, великодушність, почуття власної гідності), але і значно більш високі партнерські і ділові характеристики (компетентність, надійність, ініціативність, енергійність, впевненість, зацікавленість).

Питання 2. Територіальні зони спілкування.

Проксеміка – просторові взаємовідносини людей в процесі спілкування. Термін «проксеміка» (просторова психологія) введений американським психологом Е.Холом для аналізу закономірностей просторової організації спілкування, а також впливу територій, орієнтації і дистанцій між людьми на характер спілкування.

Територія – це зона чи простір, який людина розцінює як свій особистий. Він ніби є продовженням її тіла. У кожної людини є своя особиста територія. Це зона, яка існує навколо її майна – дім і сад, огорожений тином, салон автомобіля, спальня, улюблене крісло та повітряний простір навколо тіла.

Повітряний простір людини ("повітряний ковпак") залежить від густоти населення, де виросла людина; визначається культурним середовищем, соціальним статусом особистості.

Дослідженнями встановлено, що радіус повітряного простору навколо людини середнього класу розвинутих цивілізованих країн практично однаковий.

Ділове спілкування підсвідомо здійснюється на певній відстані між людьми.

Розрізняють чотири територіальні зони спілкування:

- ✓ інтимна зона (від 15 до 46 см) – зона, яку людина найбільше оберігає. Її людина сприймає як особисту власність. Лише найближчим людям дозволено в неї входити. Ними можуть бути батьки, діти, тобто члени сім'ї, близькі друзі та родичі. У внутрішню зону (ближче 15 см) можна входити лише під час фізичного контакту. Це найбільш інтимна зона;
- ✓ особиста зона (від 46 см до 120 см) – відстань, на якій люди зазвичай знаходяться на вечірках, офіційних прийомах, дружніх зустрічах чи на роботі. Тут відбувається спілкування з друзями та однодумцями;
- ✓ соціальна зона (від 1,2 до 2,0 м) – відстань, яку людина намагається зберегти в міжособистісному спілкуванні з малознайомими людьми. У цій зоні відбувається спілкування на роботі, під час переговорів з приятелями та співробітниками. Якщо ми зустрічаємося зі

сторонніми особами, то хочемо, щоб вони тримались саме на такій відстані від нас. Нам не подобається, коли сантехнік, столяр, поштарка, новий колега чи просто малознайома людина підходить до нас на ближчу відстань;

- ✓ публічна або загальнодоступна зона (понад 3,6 м) – відстань, на якій треба триматись керівникові, промовцю. Переважно так спілкуються з великою групою людей.

Якщо ви хочете, щоб люди почувалися комфортно у вашій компанії, тримайте дистанцію. Це золоте правило. Чим ближчі ваші стосунки, тим ближче ви можете підходити

Питання 3. Вплив погляду, постави, жестів у спілкуванні.

Сигнали очей. Протягом віків люди надавали великого значення очам, їх впливу на поведінку людини. Очі можуть багато розповісти про людину і стати надійним сигналом у процесі спілкування, тому що вони є основним центром людського тіла, "дзеркалом душі", сигнальником тіла.

Майже ніхто не може контролювати рухи своїх очей. Ще Михайло Булгаков точно підмітив, що істина, зачеплена правильним питанням, відразу стрибає в очі, всього на мить, менше секунди, але більше і не треба, уважний співрозмовник усе побачив.

Так само і в бойових мистецтвах: майстер не стежить за руками або ногами противника, вони йому нецікаві, вони лише інструмент. Очі – ось куди він дивиться і виграє.

Психологи визначають різні типи поглядів:

- ✓ поглядом співрозмовника – погляд, спрямований у центр чола, що не опускається нижче очей;
- ✓ діловий погляд використовується найчастіше під час бесіди, переговорів, консультування, тобто коли люди сидять навпроти один одного;
- ✓ світський погляд – розподілений між очима і ротом;
- ✓ соціальний – погляд, що охоплює обличчя, шию, верхню частину грудної клітки;
- ✓ інтимний – погляд, ковзний від очей вниз по тілу і назад;
- ✓ егоцентричний погляд, спрямований повз партнера, говорить про, націленість на себе;
- ✓ погляд збоку висловлює скепсис, цинізм, недовіру, заклопотаність;
- ✓ погляд знизу (спідлоба) – агресивність, що доходить до готовності до нападу або захисту;
- ✓ погляд знизу, але при нахиленій голові, напруженій і зігнутій спині говорить про підпорядкованість, покірність, послужливість.

Наведений перелік потрібен для того, щоб з перших секунд спілкування зрозуміти стан і напрям думок співрозмовника, рівень його інтересу до вас. Напрямок погляду допомагає оцінити ступінь і динаміку зацікавленості вашого слухача.

Отже, слідкуючи за очима співрозмовника можна багато чого зрозуміти і навіть передбачити його дії.

При різному освітленні зіниці можуть розширюватись або звужуватись, і настрої людини може змінюватися від негативного до позитивного або навпаки. Якщо людина збуджена, то її зіниці розширюються і можуть стати в чотири рази більшими від своєї нормальної величини. І навпаки, якщо настрої негативний, роздратований чи сердитий, то зіниці звужуються до мінімальних розмірів – "очі-намистинки" чи "змійний погляд".

Постава і поза. З давніх часів люди використовують ритуальні пози, які символізують відношення вищості – підлеглих. Упасти на коліна – значить визнати свою повну залежність від того, хто над тобою вищий.

А людина, що стоїть з піднятою головою і розпрямленими плечима, усім своїм виглядом демонструє незалежність, упевненість у собі, повне володіння ситуацією.

Між цими полюсами лежить широкий спектр поз, які ми несвідомо приймаємо відповідно до ситуації та стилю спілкування.

Лідером у групі зазвичай є той, хто сидить, відкинувшись на спинку стільця, склавши руки за головою тощо.

Щоб підкреслити значимість своїх слів, вони злегка нахиляються вперед. У таких людей широкі плавні жести, які свідчать про звичну впевненість і відчуття переваги.

Навпаки, люди, які відчувають свою незначимість, можуть сидіти, зсутулившись, стиснувши пальці чи склавши руки на груди, ніби бажаючи стати непомітними.

Є й багато інших варіантів та нюансів цих поз, які багато про що можуть сказати спостережливій людині. У процесі спілкування має значення і положення ніг, напрямок ступнів, поза сидячи, навіть хода людини.

Жести. Американський психолог Р. Бердвістл запропонував термін «кінесика» для вивчення спілкування шляхом аналізу рухів тіла (1952).

«Кін» – найменша одиниця, «літера» руху. Зчитуючи «кіни», можна інтерпретувати повідомлення, що передаються за допомогою жестів та інших рухів тіла.

Кінесика – сукупність рухів (жестів, міміки), що застосовуються в процесі людського спілкування.

Поведінка складається з «кінів», так само як людська мова – з послідовності слів, речень і фраз. З повсякденних спостережень відомо, що відносини партнерів зі спілкування, їх психологічний стан, соціальні ролі виявляються в спілкуванні за допомогою кінесичної структури раніше, ніж через слова.

Кінесична структура виконує функцію доповнення або заміщення мовних повідомлень, а отже, наділена своєрідним пріоритетом в створенні образу партнера і всієї ситуації спілкування.

Найбільш вивченими на сьогоднішній день елементами кінесичної структури невербальної поведінки можна вважати міміку, жести, пози, погляди.

Міміка, або вираз обличчя – найважливіший аспект невербальної комунікації. Роль міміки така, що за її відсутності (наприклад, в результаті хвороби) спілкування виявляється неможливим. Обличчя має настільки серйозне значення оскільки це основний канал передачі людських емоцій.

Скорочення м'язів обличчя змінює його вираз і сигналізує про стан людини.

Емоційні прояви складаються зі спонтанних і довільних мімічних реакцій.

Соціальне наслідування, як одна з умов розвитку міміки, можливе саме завдяки тому, що людина може керувати кожним окремим мускулом свого обличчя.

Дослідження визначають ряд жестів, невербальних сигналів, які є вродженими. До них належать, зокрема, вроджена здібність малюка смоктати; схрещувати руки на грудях, поклавши зверху праву руку чи ліву; посмішка; кивок як згода; кивання головою із сторони в сторону як знак згоди чи незгоди; пожимання плечима як знак нерозуміння чи незнання чогось.

Більша частина нашої невербальної поведінки набута. Значення багатьох жестів і рухів зумовлені культурним середовищем, у якому ми живемо.

Відомо, що здібність тонко розуміти "мову" обличчя і тіла мав Леонардо да Вінчі. Він відкрив основи цієї мови своїм юним учням і залишив плеяду талановитих художників. А маленькому Чарлі Чапліну осягнути таємниці життєвої психології допомогла мати. Годинами просиджували вони біля вікна, спостерігаючи за пішоходами, і мати пояснювала синові, як у рухах людей відображається їх душевний світ.

Німецький психолог Віра Біркенбіл поділяє всі жести на широкі та дрібні. Вона підкреслює, що чим сильніше виявляються почуття, емоції, тим більше проявляється жестикуляція.

Відповідно широкі жести характерні для експансивної натури, схильної до відкритого прояву сильних почуттів.

Оскільки широкі рухи привертають до себе увагу, їх використовують ті, хто хоче бути помітним і підкреслити свою значимість – люди властолюбні, пихаті, хвастуни.

Відповідно дрібні рухи справляють протилежне враження. Їм надають перевагу ті, хто з певних причин не хоче привертати до себе увагу – люди коректні, скромні, не бажаючи привселюдно виявляти свої емоції, почуття.

Але така поведінка може бути продиктованою хитрим розрахунком, коли людина цілеспрямовано прагне справити відповідне враження. Маленькі жести

можуть свідчити і про упадок душевних сил – на енергійну жестикуляцію не вистачає сили.

Таке багатозначне трактування примушує знову звернути увагу на те, наскільки обережними потрібно бути при інтерпретації окремого зовнішнього прояву.

Представники всіх народів і культур виявляють свої емоції схожим виразом обличчя. На це звернули увагу ще мореплавці-першовідкривачі далеких земель. В усіх краях аборигени, незнайомі з мімікою білих, зустрічали пришельців або посмішками, або агресивними гримасами – залежно від свого ставлення, яке було зрозумілим з першого погляду без слів.

Звичайно, існують культурні відмінності в мімічних проявах.

Наприклад, для китайців підняті брови – знак гніву, а для американців – властива їм манера здивування.

Найбільш виразною мімічною структурою є посмішка, за допомогою якої передається широкий спектр почуттів і відносин – від іронії до захвату.

Американський психолог Пол Екман вважає, що посмішка – це "складніше явище, ніж думають зазвичай", і визначає 18 типів посмішок, більшість із яких фальшиві.

У діловому спілкуванні найчастіше трапляється "пом'якшуюча" посмішка, якою керівник часто користується, відхиляючи ідею, що пропонується, чи критикуючи підлеглого. При такій посмішці куточки рота стиснуті, а нижня губа трохи піднята.

На думку німецького психолога Хорста Рюкле, дуже рухлива міміка свідчить про легку збудженість від зовнішніх подразників. При сильній мімічній грі ми можемо судити про швидкозмінні внутрішні хвилювання, багатогранне і активне сприйняття навколишнього світу. Рухома міміка характерна для імпульсивної поведінки. Малорухома міміка в принципі вказує на постійність душевних процесів. Вона свідчить про рідко змінюваний, стабільний настрій. Така міміка асоціюється зі спокоєм, розсудливістю, надійністю і врівноваженістю.

Але, враховуючи всі ці параметри, не слід забувати, що кожна людина протягом усього свого життя вчиться володіти своїм обличчям, свідомо регулювати його вираз і може досягти в цьому досить значних успіхів.

Питання 4. Види дотиків та їх роль у спілкуванні.

Такесика – невербальна комунікація, пов'язана з тактильною системою сприймання; включає різноманітні дотики – рукостискання, поцілунки, погладження, плескання, обійми.

Люди торкаються один одного з різних причин, різними засобами і в різних місцях.

Дослідження показують, що людині необхідна і бажана певна форма тактильної стимуляції. Однак інтенсивність і частота дотику відрізняються від культури до культури, залежать від статі, віку, статусу і типу особистості.

Дотики повідомляють як про емоційний стан, так і про характер взаємодії.

Виділяють такі види дотиків:

професійні (використовуються винятково з професійною або функціональною метою, носять неособистісний характер: коли професіонал торкається до іншої людини, остання сприймається ним як об'єкт, а не як особистість);

ритуальні (рукостискання, дипломатичні поцілунки);

дружні;

любовні.

Ефект першого враження.

Фахівці стверджують, що перше враження, яке складається за надзвичайно короткий час – від 15 до 60 секунд, може стати останнім і не зміниться вже ні за яких обставин (або ж у результаті величезних зусиль). Перше враження може накласти відбиток на все подальше спілкування.

Психологічною сутністю формування першого враження є міжособистісне оцінювання. Воно пов'язане з формуванням образу іншої людини, з яким має бути спільна діяльність або спілкування.

Основним завданням оцінювання є виявлення ознак, на підставі яких буде вибудовуватися образ іншої людини. Цей образ багато в чому допомагає прогнозувати поведінку і послідовність дій.

Психологи кажуть, що наші образи подібні до бетону: поки вони сирі, можна робити з ними що хочеш, однак тільки вони сформуються, застигнуть, їх форму вже важко змінити.

Особливо це стосується встановлення першого контакту. Перше знайомство може задати тон всієї подальшої роботи, від першого враження залежить наскільки легко вам буде працювати з цією людиною в майбутньому.

Враження про нас у співрозмовника формується протягом перших 30 секунд, він задає собі питання, і сам же на них відповідає: Хто ця людина? Навіщо прийшов?

Відповіді на ці питання і визначають лінію його поведінки.

Саме тому, увагою слухачів спочатку потрібно заволодіти, уміло себе «подати». Така свого роду самопрезентація полягає в умінні сконцентрувати увагу оточуючих на своїх безсумнівних достоїнствах і відвести увагу партнерів від недоліків.

Це багато в чому залежати від психологічної ініціативи, дотепності, виразності й особливого роду артистизму. Вплив виступаючого на аудиторію завжди повинен бути багатоканальним. Одне й те саме повідомлення повинно

поступати по ряду можливих каналів, основними серед яких є вербальний і візуальний.

При цьому тексти впливають на людину раціональним шляхом, і часто в роботі вони зустрічаються з фільтрами недовіри з боку одержувача повідомлення. І навпаки, аудиторія сприймає інформацію, передану візуальним каналом, як більш достовірну через те, що візуалізація діє за порогом свідомості.

Порівнюючи дієвість різних факторів, учені зафіксували, що зміст дає 7% інформації, голосові характеристики 38 %. Максимальне число інформації дає зовнішність людини – 55 %. Звідси й випливає увага до зовнішності, пози, зачіски, одягу, що в першу чергу враховується під час створення іміджу.

Тільки 8-10 % інформації ми черпаємо зі слів співбесідника. "У вас ніколи не буде другого шансу справити перше враження", – говорив Дон Амінадо.