

ЛЕКЦІЯ 7 ДОБІР СПОСОБІВ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

План

1. Повідомлення як спосіб спілкування.
2. Способи впливу на людей під час спілкування.
3. Маніпулювання та актуалізація.
4. Моделі спілкування.
5. Стилi спілкування.
6. Стратегії та тактики спілкування.

1. Повідомлення як спосіб спілкування.

Спосіб у широкому розумінні — це система дій, які використовуються в діяльності або взаємодії для досягнення мети. Серед способів спілкування можна виокремити ті, що слугують обміну інформацією, і ті, що використовуються з метою впливу одного суб'єкта (він може бути і груповим) на іншого.

Способом спілкування, що призначений для передавання інформації, можна вважати повідомлення. З його допомогою передаються певні відомості від однієї людини до іншої як під час безпосереднього спілкування (мова, жести, міміка), так і через різні засоби масової комунікації.

Одна із функцій повідомлення полягає в координації дій окремого індивіда або групи з діями інших людей. Факт обміну інформацією не гарантує ефективності спілкування людей, які беруть у ньому участь. Її можна досягти, якщо ті, хто спілкується, відзначаються культурою передавання повідомлень. Саме той, хто відправляє інформацію, вирішує, яку ідею чи які дані зробити предметом обміну. Щоб цей процес був продуктивним, на обдумування потрібно витратити певний час. Корисно прислухатися до такої заповіді: “Не починайте говорити, поки не почнете думати”. До того ж доцільно осмислити не лише саму ідею, а й те, як її сприймуть люди, які з нею ознайомляться.

Під час обміну інформацією можуть виникнути певні труднощі, якщо невдало обрано канали, засоби й способи зв'язку. Так, інколи краще сприймається усне повідомлення, а часом — письмове. У відповідальних ситуаціях бажано використовувати одночасно кілька засобів зв'язку.

Той, хто приймає повідомлення, має його декодувати, перевести інформацію у свої думки. Якщо в нього система значень цілковито збігається із системою значень таких самих слів того, хто відправив повідомлення, можна вважати, що обмін інформацією через повідомлення відбувся.

2. Способи впливу на людей під час спілкування.

До способів спілкування, як зазначалося, відносять також способи впливу однієї людини на іншу (або інших), коли ми прагнемо “спровокувати” її поведінку в потрібному нам напрямі, знайти в системі її діяльності “слабкі місця”, визначити фактори, що керують нею, і намагаємося змінити їх.

Отже, будь-який вплив здійснюється з метою формування, закріплення або зміни установок, поглядів, взаємин, почуттів, дій тощо. Психологічні механізми різних за природою видів впливу не однакові. Кожний з них специфічний і застосовується за певних умов.

До групи психологічних способів впливу на людей належать *навіювання, наслідування, психічне зараження* і т. ін. Це механізми, які діють насамперед на несвідоме. Існує ще такий важливий спосіб впливу, як *переконання*. На відміну від попередніх його використовують тоді, коли хочуть вплинути на свідомість людини. Якщо дія трьох перших механізмів пов’язана переважно з некритичним ставленням людей до інформації, поведінки, емоцій тих, хто діє на них, то переконання передбачає логічне мислення, критичний аналіз цих сигналів.

Переконання — це спосіб впливу, коли людина звертається до свідомості, почуттів і досвіду іншої людини з тим, щоб сформувати в неї нові установки. Переконання впливає не тільки на розум, а й на почуття, якщо звернення до інших супроводжується емоціями. Отже, переконання — це такий вплив однієї людини на іншу або на групу людей, який діє на раціональне та емоційне в їхній єдності, формує нові погляди, відносини, що відповідають вимогам суспільства.

Переконання не дасть належного результату, якщо його підмінено моралізуванням. Тому краще не вживати слів типу “мусиш”, “зобов’язаний”, “як не соромно” та ін. Така форма сприймається як формальна і до неї ставляться іронічно, а то і з презирством.

Переконувати словом — це велике мистецтво, яке потребує знань психології людей, законів етики й логіки. Саме про це писав відомий вчений Блез Паскаль: “Кожний знає, що поняття потрапляють у душу двома шляхами: через розум і волю. Шлях розуму найбільш природний, оскільки не можна погоджуватися ні з чим, окрім доведених істин. Проте найбільш звичним є шлях волі... Це шлях низький..., через це всі проти нього”.

Мистецтво переконувати полягає як у тому, щоб бути приємним, так і в тому, щоб логічно обґрунтовувати свою позицію й переводити мислення в мовлення. Наведемо приклад переконання, яке ґрунтується на законах логіки і спрямоване до розуму людини, яку хочуть переконати. В Ермітажі є картина Рембрандта “Поклоніння волхвів”. Тривалий час її вважали копією. Потім спеціалісти змогли довести, що це оригінал, аргументуючи свою думку так: якщо на нижніх прошарках картини є пошуки композиції, то така картина, як відомо, є оригіналом; на картині Рембрандта в Ермітажі з допомогою рентгенівської установки знайшли пошуки композиції; звідси дійшли висновку: ця картина — оригінал. Такі аргументи впливають на розум людини і тому стають ефективними.

Проте якщо людина не хоче, щоб її переконали, тут не допоможуть ні логіка, ні аргументація. Не можна також досягти бажаного результату, якщо той, хто переконує, поводить себе зверхньо або поблажливо, прагне самоствердитися, дійти до фіналу “перемога — поразка”. А тому, аби переконати іншого, спочатку слід досягти того, щоб людина захотіла вислухати уважно і осмислено запропоновані їй докази. Для цього треба виокремити те спільне, що об’єднує людей, і встановити психологічний контакт. Потім доцільно разом проаналізувати всі аргументи обох співрозмовників і дійти спільного висновку, згоди. Тоді переконуючий вплив на людину не буде нав’язаним, а відповідатиме її думкам, поглядам, почуттям.

Навіювання — це психологічний вплив однієї людини на іншу або на групу людей, що передбачає некритичне сприймання висловлених думок і волі. У нашій країні значення навіювання тривалий час недооцінювалось. Його називали буржуазним засобом впливу на людей. Насправді ж навіювання посідає дуже важливе місце в нашому житті, воно є механізмом, який дає змогу вплинути на несвідоме: установки, емоційні реакції, очікування тощо.

Під час навіювання не досягається згода, а лише забезпечується прийняття інформації, що містить готовий висновок. Використовуючи інформацію людина, на яку впливають, має сама дійти необхідного висновку.

Виокремлюють такі види навіювання на людину:

- 1) коли вона перебуває в активному стані;
- 2) під гіпнозом;
- 3) під час сну.

Першим і основним є, звичайно, навіювання в активному стані.

Навіювання може бути навмисним. Це цілеспрямований і свідомо організований психологічний вплив, коли сугестор (тобто той, хто користується цим способом) знає, кому і що він хоче нав'язати і відповідно до цього добирає прийоми впливу. Бажано, щоб сугестор був людиною авторитетною, тоді йому довірятимуть. Виокремлюють також навіювання ненавмисне, коли сугестор не ставить перед собою спеціальної мети, проте своїми словами та діями навіює іншому саме той стан, який би спонукав того до відповідної дії.

За змістом впливу та кінцевим результатом навіювання буває позитивним і негативним, етичним і неетичним; за засобами впливу — прямим і непрямим. При прямому навіюванні сугестор закликає до певної дії. Вона передається як наказ, вказівка, розпорядження і заборона (наприклад: “Усім бути завтра о 9 годині на роботі”, “Цей блок включати не будемо” та ін.). При непрямому навіюванні сугестор не говорить прямо про свою мету, проте виказує своє ставлення до предмета. Непряме навіювання розраховане на некритичне сприймання інформації, але для цього використовуються не наказові, а оповідні форми. Мета досягається за рахунок того, що викликаються сильні емоційні реакції. Основними формами навіювання є натяк, схвалення, засудження

(наприклад: “Наші сусіди вже закінчили оранку” або “У нас механік ніколи не перевіряє верстати” і т. ін.).

Одним із видів навіювання є самонавіювання. Це свідоме саморегулювання, навіювання самому собі уявлень, почуттів, емоцій. У цьому процесі людина сама створює модель стану або дій і вводить її у свою психіку. Моделі самонавіювання, на думку відомого психіатра В. Леві, “уводяться в пам’ять, переходять з короткочасної пам’яті в довготривалу, із свідомості в підсвідомість і, врешті-решт, автоматично, мимоволі починають впливати на самовідчуття й поведінку”.

Згідно з методикою самонавіювання, по-перше, треба виявити недолік, якого людина хоче позбавитися, а по-друге — розробити формулу самонавіювання. Формули мають бути спрямовані на себе. Створювати їх слід від імені першої особи. Вони повинні бути не дуже розгорнутими, стверджуючими і складатись із дієслів, що мають найвпливовішу силу (наприклад: “Я буду дотримуватись цього плану”, “Я прокинусь о 7 годині”, “Я закінчу розпочату роботу сьогодні”).

Психічне зараження — спосіб психологічного впливу, що відомий із сивої давнини. На відміну від навіювання та переконання, які часто застосовуються в міжособистісних взаєминах, у разі взаємодії з організованою групою психічне зараження яскраво проявляється як засіб впливу в групах малознайомих людей (це спостерігається під час релігійного екстазу, паніки і т. ін.). Свідомі характеристики, що існують майже в однаковій мірі у більшості індивідів, зникають у таких умовах і замінюються несвідомими. Цим, мабуть, пояснюється, чому в натовпі не спостерігаються дії, які потребують цілеспрямованого логічного мислення, і чому тут люди спілкуються на низькому рівні.

При психічному зараженні процес передавання емоційного стану відбувається від одного індивіда до іншого на несвідомому рівні. Унаслідок такого впливу індивід швидко переймається психічним станом інших людей. При цьому багаторазово підсилюється емоційний вплив за рахунок його

“відбиття” від багатьох людей. У таких ситуаціях індивіди несвідомо йдуть за іншими, наслідуючи їхню поведінку.

Найбільшому психічному зараженню піддаються люди в натовпі. Це може бути сукупність індивідів, які утворюють численну аморфну групу, члени якої водночас взаємопов’язані якимось спільним і на певний час постійним інтересом. Вони стають некритичними, імпульсивними. Почуття відповідальності, яке, звичайно, стримує окремих індивідів, у натовпі зникає. Люди починають мислити образами й готові діяти під впливом гасел, закликів визнаних ними лідерів. Олександр Мень писав: “Маса — некритична. Вона підвладна емоціям. Її легко можна повернути в потрібний бік, маніпулювати у вигідному напрямі. Одразу перед нами постає євангельський образ натовпу, який спочатку на честь Ісуса Христа кричав “Осанна!”, а через кілька днів — “Розіпни його!””.

Зазначені особливості включають механізми психічного зараження та навіювання. Натовп треба стримувати від негативних дій, використовуючи ці самі механізми. Оскільки в натовпі народжуються бурхливі емоції, вплинути на них можна сильними засобами: перебільшувати, стверджувати, навіювати, заражати, повторювати. Люди в натовпі не чують аргументів, не зносять запитань, заперечень. Якщо якийсь оратор не поділяє думку, що захопила більшість людей, його виступ викликає у них гнів і прояв ворожості.

Якщо люди зібралися разом, вони інстинктивно шукають собі лідера, вожака і підкоряються йому. Проте нерідко вожаками стають нервово збуджені люди, які глибоко вірять у те, про що говорять, до чого закликають. Через цю віру вони впливають на людей. Чим коротші фрази-ствердження, кинуті ними в натовп, тим більший вплив вони мають. Через багаторазові повторення основна думка-ідея закріплюється в глибинах несвідомого. Потім вона перетворюється на установку як готовність до дії. Цю установку вже нелегко змінити. Чим привабливіший лідер, чим більшу силу волі він має, тим сильніше він може впливати на натовп.

Психічне зараження може відігравати не лише деструктивну, а й позитивну роль. Найчастіше конструктивна дія зараження ентузіазмом

спостерігається у професійній діяльності. Якщо люди люблять своє діло, то успіхи одного заражають інших, викликаючи в них інтерес, захоплення, а не заздрість і погані настрої. Здібні люди своїми словами, діями можуть так впливати на людей, що ті переймаються чужими переживаннями як своїми власними, починають плакати і сміятися, сумувати і радіти, обурюватися і співчувати. Наприклад, під час педагогічного спілкування відбувається взаємозараження педагога і студентів, а це стимулює їхнє творче самопочуття. Воно виникає на основі співчуття, співпереживання, ініціатором якого виступає педагог. Своїми емоціями, інтересом до проблеми він заражає тих, кого хоче повести за собою. Вони, його вихованці, у свою чергу, стимулюють думку педагога, передають йому свою емоційну захопленість.

Наслідування — особлива форма поведінки людини, що полягає у відтворенні нею дій інших осіб. Причому важливо наголосити, що наслідування може бути виявом активності індивіда, яка може бути наслідком власної ініціативи або результатом впливу інших людей, які розраховують на це й стимулюють певну поведінку різними засобами. Отже, наслідування може бути як несвідомим, так і свідомим, цілеспрямованим.

У дорослих механізми наслідування набагато складніші, аніж у дітей. Дорослі більш критично сприймають зразки, запропоновані їм для наслідування. Останнє в цьому разі більшою мірою є елементом навчання. Це стосується професійної діяльності, спорту, мистецтва і т. ін. Наприклад, молодий спеціаліст вчиться у досвідченого, наслідуючи зразки його дій, стратегії та тактики вирішення професійних завдань. Таке явище є позитивним. На практиці навіювання, переконання, психічне зараження, наслідування рідко вживаються в чистому вигляді. Найчастіше вони доповнюють одне одного, функціонують у системі. Наприклад, перед однією з фірм, що працювала в умовах жорсткої конкуренції, постала потреба реконструювати виробництво і запровадити нову технологію. Керівник фірми (досвідчений менеджер), залучаючи до роботи кращих спеціалістів, використовував різні прийоми спілкування і постановки перед ними завдання. Одному із спеціалістів керівник навів як приклад для наслідування факти про ставлення до інновацій та

діяльність спеціалістів у конкуруючих фірмах. Іншому сказав, що доручає саме йому цю справу, бо знає, що він працює самовіддано і має цікаві пропозиції. Третьому показав, як плідно працюють інші й що вже зроблено в цьому напрямі. Потім керівник зібрав усіх разом і сказав, що за умови оперативного і якісного виконання ними завдання (кожним своєї частини) фірма зможе своєчасно виконати реконструкцію, запровадити нову технологію і стане конкурентоспроможною. Працівники ж від цього матимуть моральне й матеріальне задоволення. Усі використані при цьому психологічні прийоми — навіювання, наслідування, психічне зараження — допомогли менеджерів спрямувати творчу енергію спеціалістів в інтересах справи і досягти своєї мети. Описані способи впливу на людей деякі автори називають механізмами. До таких механізмів належить і відоме маніпулювання людьми та актуалізація, яку йому протиставляють

3. Маніпулювання та актуалізація.

Маніпулятор — це частина нашої особистості, яка свідомо (тоді це цинізм) або несвідомо вдається до всіляких хитрощів, щоб контролювати ситуацію та досягти своєї мети.

Найчастіше вміння маніпулювати іншими використовується в корисливих цілях. Багатьом добре відома така ситуація: студент під час іспиту раптом, неначе захопившись, звертається до викладача: “Петре Васильовичу, це питання завжди було для мене загадкою. Виходить, що...”, тобто ставить перед викладачем запитання, на яке мусить відповісти сам. Викладач любить свій предмет і цінує вияв захоплення ним з боку студента, тому починає ґрунтовно аналізувати проблему. Студент досяг своєї мети: використавши механізм маніпулювання, змусив замість себе відповідати викладача.

Часом без маніпулювання не обійтись. Нерідко до нього вдаються люди, незадоволені життям, а то й просто нещасливі. Маніпулювання їм потрібно, щоб якось вижити, підняти самооцінку. Інколи людина маніпулює, думаючи про іншого, підтримуючи його (наприклад, коли близька людина тяжко хвора).

Відомий вчений Е. Шостром розрізняє **чотири типи маніпуляторів**.

Перший тип — активний — прагне впливати на інших, використовуючи активні методи. Він найчастіше вдається до техніки “обов’язків і очікувань”, а також використовує свій соціальний статус — керівника, батька, викладача.

Другий тип — пасивний маніпулятор. Він демонструє роль безпорадного, такого, що мало в чому розуміється. Цим він підштовхує іншого виконати роботу за нього.

Третій тип ставиться до людей як до суперників, а то й ворогів, з якими він веде постійну боротьбу.

Четвертий тип — байдужий маніпулятор. Він намагається ніби уникнути контактів, демонструє індиферентність. Насправді все, що відбувається, йому не зовсім байдуже, інакше він так демонстративно не поведився б.

Маніпулювання насправді займає в житті кожної людини більше місця, аніж ми уявляємо. Кожна людина майже щодня буває маніпулятором або тим, на кого впливають. Наприклад, продавець маніпулює покупцем, щоб вигідно продати свій товар. Батько дітям дає винагороду за добрі оцінки. Депутат обіцяє виборцям розв’язати всі їхні проблеми, а після обрання про це забуває. Загалом маніпуляції негативно позначаються на розвитку особистості, навіть на здоров’ї людини, знижують рівень моральної й психологічної культури її спілкування з іншими. Маніпуляторам можна і треба протиставити інші дії, наприклад механізм актуалізації.

Актуалізатор — це людина, яка прислуховується до інших і враховує їхні інтереси, прагне до самореалізації своєї самобутності та унікальності. Він чесний у своїх думках і діях.

Нерідко спостерігається така ситуація. Молодий спеціаліст, що прийшов на підприємство, поводить як бунтар. Йому здається, що тут усе відбувається так, як і багато років тому. Це викликає в нього непорозуміння, роздратування, сарказм. А це може призвести до конфлікту. Причина його поведінки полягає в тому, що в інституті він вивчав нові технології, методи роботи й хоче запровадити їх. Він бореться за свій соціальний статус, відстоює свою гідність. Розумний керівник, з’ясувавши причину непорозуміння, зможе спрямувати

енергію молодого працівника у творчому, конструктивному напрямку. Він зрозуміє, що молода людина хоче дістати радість від того, що робить, прагне до наповненого життя, хоче відчутти насолоду від подолання труднощів. Якщо керівник підтримує молодого спеціаліста, той і в майбутньому буде з таким самим інтересом і завзяттям виконувати доручену йому справу.

Актуалізатор — це людина, яка поважає гідність інших, переконливо передає свої думки і бажання, добре ставиться до людей і допомагає їм знайти свій власний шлях до розвитку. На жаль, актуалізатори навіть серед керівників трапляються не дуже часто.

4. Моделі спілкування.

Для характеристики системи дій, що їх виконують суб'єкти спілкування, використовують і таке поняття, як “модель”. Прогресивний американський психолог, фундатор сімейного консультування В. Сатир виокремлює **п'ять моделей (типів) спілкування**: запобігливий, звинувачувальний, розважливий, віддалений і врівноважений.

Запобігливий тип. Така людина в розмові прагне догодити іншим, часто вибачається, не вступає в суперечки. Вона говорить так, ніби нічого не може зробити сама, не діставши схвалення інших, погоджується з будь-якою критикою на свою адресу, вдячна вже за те, що з нею розмовляють. Цей тип має ще назву миролюбця.

Звинувачувальний тип. Така людина постійно шукає і знаходить тих, хто винен. Він — диктатор, господар ситуації, нерідко поводить зухвало, говорить різко й жорстко, перебиває інших, не даючи людям договорити до кінця. Людина цього типу прагне в такий спосіб завоювати авторитет, владу над іншими. У глибині свідомості вона знає, що без інших нічого не варта, і тому радіє, якщо люди їй підкоряються, відчуваючи себе винними. Сам же звинувачувальний при цьому дістає задоволення.

Розважливий тип (або “комп'ютер”, як називає його ще В. Сатир) — це дуже коректна, надто спокійна людина, яка все розраховує наперед, має монотонний голос, вибудовує довгі фрази.

Віддалений тип не реагує на жодні запитання, часто говорить недоречно, невчасно і невлучно.

Крім цих чотирьох моделей спілкування, які свідчать про занижену самооцінку, відчуття власної неповноцінності, є ще один тип, який має назву врівноваженого. Поведінка такої людини послідовна, гармонійна. До інших вона ставиться відкрито, чесно, ніколи не принижує людську гідність. Люди такого типу спілкування, як правило, знаходять вихід із складного становища і можуть об'єднати інших людей для спільної діяльності. Це — цілісні особистості. Вони прямо передають свої думки, відкрито виражають почуття, здатні до особистісного зростання, викликають повагу й довіру до себе. Інші в їхньому товаристві почуваються добре і вільно. Врівноважені люди мають високий рівень моральної та психологічної культури спілкування і потенційні можливості для її підвищення.

Якщо порівняти способи впливу маніпулятора і актуалізатора із зазначеними моделями, можна побачити, що представники перших чотирьох типів є маніпуляторами, а врівноважений тип — актуалізатором.

Концепції впливу, розроблені Е. Шостромом та В. Сатир, за спрямованістю наближаються до оригінального підходу Е. Берна (трансакційний аналіз). Він зазначає, що люди у своїй поведінці реалізують три позиції: Дорослого, Батька та Дитини. Ці три складові є в кожній людини, але всі по-різному ними користуються. Дорослий сприймає світ таким, який він є, розуміє інтереси інших, вміє розподілити відповідальність між собою та іншим. Дитина — це наша емоційність, нерідко безпосередність і безвідповідальність, залежність від інших. Батько — це той, хто погано розуміє, який же світ насправді, проте знає, яким він має бути. Він виховує, наставляє, карає, але може при цьому взяти відповідальність на себе.

На певному етапі та в певній ситуації кожна з трьох позицій буває доцільною, потрібною. Однак нерідко позиція Батька чи Дитини може бути недоречною чи навіть комічною, якщо це не відповідає ситуації, віковим та індивідуальним особливостям людей, що спілкуються. Зазвичай більшість людей, зокрема молодь, віддають перевагу спілкуванню з позиції “Дорослий —

Дорослий”. Дуже важливо правильно визначити позицію співрозмовника та власну, аби досягти мети та реалізувати гуманістичні установки особистості. Наведені способи (моделі) спілкування застосовуються в різних ситуаціях ділового спілкування. Вибір відповідних до ситуації способів свідчить про високий рівень моральної та психологічної культури спілкування.

5. Стилi спілкування.

Серед особливостей спілкування традиційно виокремлюють не лише певні способи впливу на людей, а й стилі як інтегровані характеристики. Під стилем розуміють, звичайно, систему прийомів діяльності, поведінки людей. Найхарактерніше стиль проявляється в діловому та професійному спілкуванні, у взаємовідносинах між керівником і підлеглими, у так званому лідерстві.

Розрізняють **три стилі лідерства** — авторитарний, демократичний та ліберальний, які характеризують не лише спілкування, а й манеру поведінки лідера щодо інших, тип його влади, ставлення до роботи та інших. Відповідно до зазначених стилів лідерства можна описати й стилі спілкування.

Так, при *авторитарному стилі* лідер віддає накази, дає вказівки, інструкції. Він не любить, коли інші проявляють ініціативу, не хоче, щоб з ним дискутували, обговорювали прийняті ним рішення.

Демократичний стиль, навпаки, передбачає, що активність учасників спілкування та їхня ініціатива підтримуються, завдання та способи їх виконання обговорюються. Якщо для першого стилю спілкування характерним є виокремлення свого “Я”, то для другого типовим займенником є “Ми”.

При ліберальному стилі спілкування проблеми обговорюються формально, керівник може й не бути лідером. Він піддається різним впливам, не виявляє ініціативи у спільній діяльності.

Спрямованість у стилі ділового спілкування може бути різною — на іншого або на себе. Якщо людина потребує іншого, бо заклопотана собою, то кажуть, що в неї піддатливий стиль. Якщо співрозмовник прагне досягти успіху у спілкуванні та діяльності, контролюючи інших, його стиль називають

агресивним. Якщо людина зберігає емоційну дистанцію, незалежність у спілкуванні, її стиль вважають відчуженим. Крім того, розрізняють такі стилі: альтруїстичний (допомога іншим), маніпулятивний (досягнення власної мети) та місіонерський (обережний вплив).

Особливості взаємин і характер взаємодії у процесі навчання та виховання певною мірою визначили стилі педагогічного спілкування: спільної творчої діяльності; дружньої прихильності; спілкування — дистанція; спілкування — залякування; спілкування — загравання.

Вивчення стилів спілкування, як і стилів діяльності загалом, за останні 11-15 років стало важливим напрямком пошуку шляхів оптимізації діяльності людей та їхніх взаємин. Один із таких шляхів — цілісне вивчення процесуальних характеристик спілкування, його культури.

6. Стратегії та тактики спілкування.

Існують різні концепції, що описують способи, моделі та стилі спілкування. Різноманіття підходів певною мірою сприяє більш глибокому вивченню й аналізу основного процесу і допомагає кожному спиратися на ту концепцію, яка йому найбільше зрозуміла і відповідає його уявленням про себе та про інших. Проте важко розібратись у великій кількості підходів, ураховуючи, що описано далеко не всі, до того ж, звичайно, заважає відмінність у термінах, які вживаються для характеристики одних і тих самих явищ. Об'єднати розмаїття термінів і відповідних їм феноменів можна, увівши поняття “стратегія та тактика спілкування”. Це дасть змогу описати процес інтегровано і сприятиме систематизації інформації.

Варто зауважити, що деякі вчені вживали термін “стратегія спілкування”, однак переважно в математичному контексті (відповідно до теорії гри). У працях з менеджменту й маркетингу це поняття охоплює не лише спілкування, а й усю систему стратегій, які використовуються в організації (підприємстві, фірмі тощо). Наприклад, у маркетингу розрізняють стратегії, зорієнтовані на збут товару, і клієнтцентровані стратегії. Сьогодні в основі підготовки

керуючих американськими банками лежить саме навчання їх стратегіям і тактикам [4].

Існують різні визначення поняття “стратегія”. У нашому розумінні — це загальна схема дій. Американські автори вважають, що це загальний план досягнення мети. Описуючи та конструюючи в житті стратегії спілкування, доцільно орієнтуватися на обидва визначення. До того ж треба ще враховувати, чи досягається мета під час спілкування одним суб’єктом чи обома (мотиваційний компонент стратегій).

Коли двоє суб’єктів прагнуть виконати разом певну роботу, обмінятися думками, почуттями, оцінками, дійти згоди, вони, спілкуючись, прямують до досягнення спільної мети. Якщо ж кожен або один із суб’єктів хоче задовольнити лише свої інтереси, він ставить перед собою індивідуальну мету. Інколи люди, що спілкуються, можуть і не ставити перед собою певної мети (фактичне спілкування).

Для повної характеристики стратегій до мотиваційного компонента необхідно додати ще змістовний. Річ у тім, що спільна або індивідуальна мета може відповідати гуманістичним або маніпулятивним (егоїстичним, навіть жорстоким) установкам спілкування. У першому випадку — це найчастіше готовність, що реалізується у спілкуванні через акти співробітництва, співучасті, взаємодопомоги, взаєморозуміння та взаємоповаги. У другому випадку — це спрямованість на дії, в яких проглядають корисливі, егоїстичні інтереси одного або обох суб’єктів. Саме ці установки кожного з них і призводять до маніпулювання та порушення етики спілкування.

Для характеристики стратегій важливими є не лише мета та комунікативні установки, а й характер конструювання спілкування. Його стратегічним параметром є певне співвідношення між діалогом і монологом. Якщо під час взаємодії суб’єкти по черзі обмінюються інформацією, думками, жестами, почуттями, то вони дотримуються діалогу. Якщо досить довго говорить один або ж, говорячи, кожен думає лише про себе, то відбувається монолог чи два монолози. Сприймаючи монолог одного із суб’єктів, інший може вести з ним внутрішній діалог. Діалогічний підхід до спілкування (краще

в контексті зовнішнього діалогу) є оптимальним з погляду організації комунікації й має великий розвиваючий, творчий потенціал.

Схематично основні види стратегії спілкування з урахуванням описаних компонентів зображено на рис. 1.

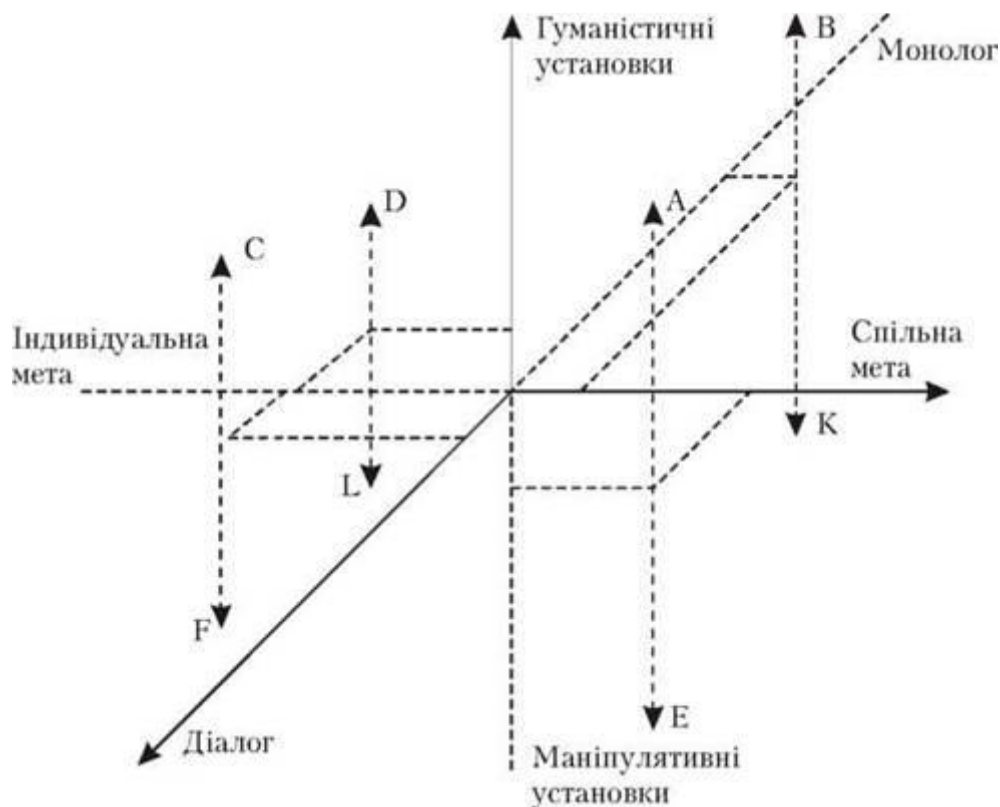


Рис. 1. Види стратегій спілкування:

А — гуманістично-діалогічна, спрямована на досягнення спільної мети;

В — гуманістично-монологічна, спрямована на досягнення спільної мети;

С — гуманістично-діалогічна, спрямована на досягнення індивідуальної мети;

Д — гуманістично-монологічна, спрямована на досягнення індивідуальної мети;

Е — маніпулятивно-діалогічна, спрямована на досягнення спільної мети;

Б — маніпулятивно-діалогічна, спрямована на досягнення індивідуальної мети;

К — маніпулятивно-монологічна, спрямована на досягнення спільної мети;

Л — маніпулятивно-монологічна, спрямована на досягнення індивідуальної мети.

Ці стратегії ділового спілкування можна пояснити на прикладах.

Так, перед створенням фірми Микола З. і Ганна П. самостійно розпоряджалися своїми коштами. Тепер вони мають вести фінансові справи разом. Для цього необхідно прийняти єдине рішення, яке б задовольнило обох партнерів. Але Микола З. заявляє: “Я — старший, через це я буду розпоряджатися грошима”. Це стратегія К.

Економіст М. побачила на столі у начальника відділу новий штатний розклад. У ньому вона не знайшла своєї посади. У неї вихопилось: “Ах, так?! Як же він міг так поводитися зі мною? Я не допущу цього”. Це стратегія Б — маніпулятивно-монологічна, мета її індивідуальна.

А ось приклад стратегії А — гуманістично-діалогічної. Мета її спільна. Керівник організації говорить: “Наступного року випускатимемо іншу продукцію, більш складну. Що ми для цього мусимо зараз зробити?” Підлеглі внесли такі пропозиції: розробити документацію, визначитись з ресурсами, знайти покупців і т. ін. “Давайте конкретно розподілимо, хто за що відповідатиме,” — попросив керівник. Начальники служб почали формулювати свої завдання.

Стратегії спілкування, наведені на рис. 1 і у прикладах, є так званими чистими. У житті найчастіше бувають їхні комбіновані варіанти.

Система послідовних дій, що сприяють реалізації стратегії, досягненню мети, називається тактикою. Одну й ту саму стратегію спілкування можна втілити в різних тактиках. Побудова стратегії або її добір залежить від особливостей суб'єктів, які це здійснюють, їх системи цінностей, інтересів і обов'язково від комунікативних установок. Побудова і добір тактик базуються насамперед на знаннях про ситуацію та особливості конкретних співрозмовників. Загалом, на розбудову тактики як системи дій при спілкуванні звичайно впливає стратегія, якщо вона є усвідомленою. Саме вона визначає характер дій, які застосовують суб'єкти, передаючи певну інформацію і впливаючи один на одного.

Отже, спосіб і стратегія спілкування — два споріднених феномени, що розкривають операційний аспект взаємодії людей. Вони є важливим інструментом досягнення мети.