

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
Харківський національний університет внутрішніх справ
Сумська філія
кафедра гуманітарних дисциплін

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ

з навчальної дисципліни «Українська мова професійного спрямування»
обов'язкових компонент
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

262 Правоохоронна діяльність (правоохоронна діяльність)

за темою № 4 – «Спілкування як інструмент професійної діяльності»

Суми 2024

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Харківського національного
університету внутрішніх справ
Протокол від 14.08.2024 р. № 8

СХВАЛЕНО

Вченою радою Сумської філії
ХНУВС
Протокол від 08.07.2024 р. № 8

ПОГОДЖЕНО

Секцією Науково-методичної ради
ХНУВС з гуманітарних
та соціально-економічних дисциплін
Протокол від 13.08.2024 р. № 7

Розглянуто на засіданні кафедри гуманітарних дисциплін Сумської філії
ХНУВС
Протокол від 27.06.2024 р. № 22

Розробник:

Завідувачка кафедри гуманітарних дисциплін Сумської філії ХНУВС,
канд. філол. наук, доцентка Валентина ВАСИЛЕНКО

Рецензенти:

1. Доцентка кафедри української мови Сумського державного
педагогічного університету імені А.С. Макаренка, кандидатка філологічних
наук, доцентка Вікторія ГЕРМАН

План лекції

1. Спілкування і комунікація. Функції спілкування
2. Поняття ділового спілкування. Види, типи і форми професійного спілкування
3. Основні закони спілкування. Стратегії спілкування. Гендерні аспекти спілкування
4. Невербальні компоненти спілкування

Рекомендована література:

1. Андреева Т. Українська мова (за професійним спрямуванням) : навч. посіб. Київ, 2012. 253 с. **URI::** <http://bit.ly/2IR1oYO>
2. Василенко В.А., Довгополова Г.Г. Структурні компоненти комунікативної компетентності в процесі лінгвістичної підготовки майбутніх правознавців. *Закарпатські філологічні студії*, 2023. №27. Т. 2. С. 134-138.
URI:http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/27/part_2/25.pdf
3. Василенко В. Риторична культура професійного мовлення : курс лекцій : навч. посіб. для здобувачів гуманіт. ф-тів закл. вищ. освіти / Сумс. філ. Харків. нац. ун-ту внутр. справ. Суми, 2023. 377 с.
URI:<https://dspace.univd.edu.ua/items/addf82b2-b897-41b8-bc1b-9e50e8ab2687>
4. Методологія дисертаційного дослідження. Мовні особливості наукового стилю: навч. посіб. / [упоряд. Чорний І. В., Перцева В. А., Голопич І. М.]; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Фак. №2, Каф. українознавства. Харків: ХНУВС, 2019. 272 с.
URI: <http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/handle/123456789/6485>
5. Українська мова професійного спрямування (Мовні норми): навч. посіб. / уклад. Н. І. Єльнікова, І. М. Голопич, Д. В. Полтавська; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків: ХНУВС, 2019. 182 с. **URI:** <http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/handle/123456789/6524>
6. Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» від [25 квітня](#) 2019 року.
URI:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2704-19>.
7. Деякі питання документування управлінської діяльності: Постанова Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 № 55.
URI:: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/55-2018-%D0%BF>.
8. Про затвердження Типової інструкції про порядок ведення обліку, зберігання, використання і знищення документів та інших матеріальних носіїв інформації, що містять службову інформацію: Постанова Кабінету Міністрів України від 19.10.2016 № 736. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/736-2016-%D0%BF>

Текст лекції

1. Спілкування і комунікація. Функції спілкування

Життя і діяльність людини неможливі без спілкування, оскільки воно є необхідною умовою будь-якої діяльності. Процес спілкування значною мірою визначає добробут, ефективність дій людей. Часто в побутовому мовленні, а іноді в науковій літературі, спілкування ототожнюють з комунікацією, однак поняття різняться значенням. Поняття «спілкування» є більш загальним, «комунікація» – конкретним, що позначає лише один з типів спілкування.

***Спілкування** – сукупність зв'язків і взаємодій людей, суспільств, суб'єктів (класів, груп, особистостей), у яких відбувається обмін інформацією, досвідом, уміннями, навичками та результатами діяльності.*

Це комплексне поняття, що охоплює всі можливі типи процесів взаємозв'язку й взаємодії людей: **інформаційний** (обмін інформацією), **інтерактивний** (зв'язки і вплив учасників) та **перцептивний** (сприйняття органами чуття).

Структура спілкування відтворена у схемі 1.

Спілкування – одна з необхідних умов формування й розвитку суспільства та особистості. Комунікація ж, як правило, пов'язана лише з інформаційним зв'язком.

***Комунікація** – смисловий та ідеально-змістовий аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування.*

У сучасній лінгвістиці комунікацію розглядають як спілкування, обмін думками, даними, ідеями тощо, тобто як специфічну форму взаємодії людей у процесі їхньої пізнавально-трудова діяльності. У широкому розумінні слова, вважає сучасний німецький лінгвіст Е. Гроссе, «комунікація є акцією спілкування за допомогою знаків (мовних і немовних), що слугує меті передавання інформації незалежно від способу та намірів». Термін «комунікація» можна вживати синонімом терміна «спілкування» для наголошення на процесах соціальної взаємодії, що розглядаються в їхньому знаковому втіленні.

Спілкування в сучасному інформаційно насиченому суспільстві виконує такі **функції**:

- *контактну* – встановлення атмосфери обопільної готовності передавати й сприймати повідомлення та підтримувати взаємний зв'язок до завершення акту спілкування;
- *інформаційну* – обмін інформацією, описами, запитаннями та відповідями;
- *спонукальну* – заохочення партнера, аудиторії або ж самого себе до виконання певних фізичних, фізіологічних, інтелектуальних, духовних та ін. дій;
- *координаційну* – взаємне орієнтування й узгодження дій учасників щодо їх спільної діяльності;
- *пізнавальну* – адекватне сприйняття й розуміння змісту повідомлень, а також взаємне розуміння намірів, установок, переживань, станів один одного;
- *емотивну* – «обмін» емоціями, збудження в партнера, аудиторії певних переживань, психічних станів;

- *налагодження стосунків* – усвідомлення й фіксування свого місця в системі рольових, статусних, ділових, міжособистісних стосунків;
- *впливову* – спрямування на зміну стану, поведінки, ціннісно-мотиваційної сфери партнера; намірів, поглядів, думок, рішень, уявлень, потреб, рівня активності, смаків, норм поведінки, оцінних критеріїв.

У процесі спілкування ці функції тісно взаємодіють; може переважати також одна або декілька.

Функції комунікації визначають її роль у суспільстві:

1. Комунікація як міжособистісний (соціальний) процес і вид соціальної діяльності є одним з найважливіших чинників формування суспільства. У ньому вона виконує «цементуючу» роль.
2. Комунікація – найважливіший «механізм» формування індивіда як соціалізованої особистості, пов'язаної з конкретним етносом, його культурою, історією, психологією тощо, тобто специфікою світосприйняття, світобачення.
3. Комунікація загалом сформувала людину як вид *homo sapiens* (мисляча людина), виокремила його зі світу тварин, «прив'язавши» засобами референції (повідомлення), тобто виділення, позначення всього того, що її оточує, саме «до цього світу», зорієнтувала в ньому, сприяла розвитку як одного з найважливіших центрів сприйняття та осмислення світу.
4. Комунікація є засобом корекції соціального вияву індивіда або групи.
5. Комунікація забезпечує існування соціальної пам'яті, зберігання й передавання інформації між генераціями і в межах однієї генерації.
6. Комунікація сприяє синхронізації життя суспільства в часі й просторі.

Отже, поняття «спілкування» та «комунікація» не тотожні. Охоплюючи перцептивну, інтерактивну і комунікативну складові, комунікація постає найважливішим чинником соціальної організації суспільства, неунікною складовою щоденного життя кожної людини.

2. Поняття ділового спілкування. Види, типи і форми професійного спілкування

Кожен акт людського спілкування з погляду участі в ньому особистостей, які обговорюють найрізноманітніші проблеми, є неповторним, але з погляду найзагальнішої організації відбувається у межах відпрацьованих форм.

Класифікують форми мовного спілкування за різними критеріями (див. *табл. 2*).

1. Залежно від **форми втілення засобів мовного коду** розрізняють:
 - *зовнішнє мовлення* (усне, писемне, паралінгвальне);
 - *внутрішнє мовлення* (діалог людини із самим собою; довербальний етап породження мовлення).
2. **За способом взаємодії між комунікантами** виокремлюють мовлення:
 - *монологічне* (говорить один учасник спілкування);
 - *діалогічне* (розмовляють, як правило, двоє осіб);

- *полілогічне* (розмовляють троє і більше осіб).
- 3. **З урахуванням специфіки каналів комунікації** виокремлюють:
 - *мовлення безпосередньої комунікації* («обличчям до обличчя»);
 - *мовлення опосередкованої комунікації* (записки, друкована продукція, телефон, радіо, телебачення, Інтернет тощо).
- 4. **Залежно від функції та змісту повідомлення** розрізняють:
 - *побутове* (обговорюються щоденні, побутові проблеми);
 - *офіційно-ділове* (спілкування між людьми як представниками соціальних інституцій);
 - *естетичне* (пов'язане з передаванням естетичної інформації, напр., твори художньої літератури).
- 5. **За способом організації комунікації:**
 - *стихийне* (випадкова зустріч на вулиці, у транспорті тощо);
 - *організоване* (збори, мітинги, конференції тощо).
- 6. **За сферами спілкування або стосунками комунікантів:**
 - *дружнє* (розмова друзів, добрих знайомих, закоханих тощо);
 - *антагоністичне* (спілкування ворогів, людей, які сваряться);
 - *офіційне* (спілкування регламентоване, інституційоване, напр., начальник – підлеглий).

Уперше в лінгвістиці форми спілкування класифікував мовознавець Лев Якубинський у статті «О диалогической речи». За критерії розмежування форм спілкування він брав усну діалогічну, усну монологічну, писемну монологічну форми спілкування. Кожній формі мовного спілкування властиві особливості добору й використання засобів мовного та паралінгвального кодів (жести, міміка, постава тіла, відстань між мовцями), стильова та стилістична специфіка тощо.

Перейдемо до розгляду ділового спілкування.

Зміст ділового спілкування – установа ділових стосунків між комунікантами, представниками різних соціальних інституцій; вирішення організаційних, управлінських завдань. Детальніше зупинимося на видах, типах та формах ділового спілкування, які тісно пов'язані з класифікацією форм мовного спілкування.

Ділове спілкування на відміну від його інших видів має свої **особливості**, а саме:

- наявність певного офіційного статусу об'єктів;
- спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів та підтримку зв'язків між представниками взаємозацікавлених організацій;
- відповідність певним загальноновизнаним і загальноприйнятим правилам;
- передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються, визначається їхня мета, зміст і можливі наслідки;
- конструктивність характеру взаємовідносин, їх спрямування на розв'язання конкретних завдань, досягнення певної мети, як правило, не виходячи за рамки певного кола;

- взаємоузгодженість рішень, домовленість та подальша організація взаємодії партнерів;
- значущість кожного партнера як особистості;
- безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що бентежать їх внутрішній світ.

Ділове спілкування у процесі управлінської діяльності виконує **комунікативну** (обмін інформацією), **інтерактивну** (обмін діями), **перцептивну** (встановлення взаєморозуміння між партнерами) функції. Їх реалізація є передумовою ефективного ділового спілкування. Для цього необхідно, щоб мовець уміло використовував усі його види, типи й форми (див. *табл. 3*).

Основою поділу ділового спілкування на види є сукупність участі або неучасті в ньому мови (мовного коду). За цією ознакою виокремлюють вербальне і невербальне спілкування.

Вербальне спілкування. Відбувається завдяки використанню усної та писемної форм мовлення, що забезпечують формування й відтворення думки, почуттів мовця.

За своєю природою мова є системою знаків, яка служить для спілкування. Залежно від комунікативної ситуації використовують *розмовну мову* (у повсякденному спілкуванні), *літературну мову* (вища форма загальнонаціональної мови, відшліфована форма, яка є мовним еталоном народу), *письмову* (фіксування на певних носіях інформації і прочитання написаного), *усну мову* (артикуляційне відтворення інформації та сприйняття її на слух).

Залежно від учасників комунікативного процесу вербальне спілкування поділяється на пряме та непряме.

Пряме вербальне спілкування. Здійснюється шляхом безпосереднього усного контакту між учасниками спілкування (спілкування «обличчям до обличчя»). Під час прямого вербального спілкування інформація передається за допомогою мовних знаків та інформаційних засобів (манера вимови, що виражає почуття, ставлення до предмета розмови). Крім того, вербальне спілкування включає засоби невербального (жести, міміку, пози тощо).

Пряме спілкування поділяється на індивідуальне монологічне, індивідуальне діалогічне, групове монологічне та групове діалогічне. З цими формами спілкування ми познайомимося на наступних лекціях.

Непряме вербальне спілкування. Особливістю його є відсутність безпосереднього контакту між співрозмовниками, отже, інформація, що передається, є більш «стерильна» порівняно з прямим вербальним спілкуванням, тобто позбавлена емоційного (інтонаційного) наповнення й не супроводжується невербальними засобами спілкування.

За *письмової форми непрямого вербального спілкування* інформація передається від відправника до реципієнта у формі відповідного документа, у якому зафіксовані атрибути ділових контактів (назва організації відправника й організації одержувача, дата відправлення, номер реєстрації вихідної кореспонденції, підпис відповідального працівника тощо). Основний недолік

такої форми спілкування – обмеженість інформації, яку можна подати письмово, затримання в часі між відправленням інформації й отриманням зворотного зв'язку від реципієнта, імовірність помилок під час розшифрування повідомлення.

Поширеним є і *непряме вербальне спілкування з використанням технічних засобів* (телефонного зв'язку, електронної пошти тощо), які забезпечують оперативність передавання інформації. Однак використання їх унеможливорює документування інформації. Динамічно розвивається й усе більше знаходить прихильників спілкування засобами електронного зв'язку.

Невербальне спілкування. Мовлення є основним, але не єдиним засобом спілкування. Обмін інформацією між людьми, зокрема в діловому спілкуванні, здійснюється за допомогою багатьох інших засобів – міміки, жестів, постави, одягу тощо. Детальніше на невербальних засобах спілкування зупинимося в четвертому питанні.

Отже, змістом діяльності керівника є здійснюване в інтересах організації ділове спілкування. Для забезпечення ефективної діяльності йому необхідно обирати таку форму ділового спілкування, яка гарантувала б найвищий результат для організації.

3. Основні закони спілкування. Стратегії спілкування. Гендерні аспекти спілкування

У комунікації, як і в системі мови, діють певні закони. Вони пов'язані із закономірностями процесу комунікації, психологічними особливостями учасників спілкування, їх соціальними ролями. Комунікативні закони нежорсткі, із плином часу можуть змінюватися, мають національну специфіку. Водночас за необхідності вони виявляються в будь-яких типах міжособистісного спілкування, а тому їх можна вважати об'єктивними законами комунікації.

Комунікативні закони – *найзагальніші нежорсткі тенденції, які наявні в усіх типах групового та масового спілкування*. Реалізуються вони незалежно від того, хто конкретно спілкується, з якою метою, в якій ситуації тощо.

Крім комунікативних законів (загальних законів), у спілкуванні людей з участю мови діють також правила спілкування. Їх слід розрізняти, оскільки вони є виявом особливостей процесу комунікації, які повторюються, але значною мірою залежать від конкретних складових та умов спілкування (психологічних станів учасників, конкретної ситуації, тематики тощо).

Правила спілкування – *рекомендації щодо ефективного спілкування, які склалися в суспільстві й віддзеркалюють комунікативні традиції певного етносу*. Вони засвоюються шляхом наслідування й навчання та реалізуються в спілкуванні переважно автоматично.

Мовознавець і фахівець з теорії та практики ефективної комунікації Й. Стернін виокремив низку основних законів спілкування.

Закон дзеркального розвитку спілкування: співбесідники у процесі спілкування імітують стиль один одного. Ця імітація відбувається автоматично, підсвідомо, як, напр., регулювання гучності голосу учасників спілкування залежно від того, підвищує голос співбесідник чи говорить тихо.

Дія закону віддзеркалення починається тоді, коли хтось з учасників спілкування відхиляється від його норм. У разі зародження конфлікту дію цього закону можна нейтралізувати: якщо хтось починає кричати, а йому демонстративно відповідають тихо й повільно, то співбесідник обов'язково (за законом віддзеркалення) стане говорити тихіше.

Цей закон впливає на тематику розмов, поставу тіла учасників спілкування, ритм їхніх рухів, навіть дихання. Він є найважливішим принципом безконфліктного спілкування.

Закон залежності ефективності спілкування від комунікативних зусиль: ефективність спілкування прямо пропорційна комунікативним зусиллям. Тобто чим більше комунікативних зусиль витрачає адресант, тим вища ефективність мовленнєвого впливу. Щоб досягти комунікативного успіху, необхідно застосовувати весь арсенал вербальних і невербальних засобів, дотримуватися законів, правил спілкування, норм етикету тощо. Досвід свідчить, що коротко висловлені прохання й розпорядження виконують з меншим бажанням, оскільки вони сприймаються як неввічливі, агресивні.

Закон прогресивного зростання нетерпіння слухачів: чим довше говорить мовець, тим неуважніші й нетерплячіші слухачі. За даними дослідників, друга половина промови оратора завжди видається приблизно вдвічі довшою від першої, а останні 10 хв. – утричі довшими за перші десять. Отже, ефективне мовлення повинно бути коротким і тривати не довше 10 хв.

Закон зниження інтелекту аудиторії зі збільшенням її чисельності: чим більше людей слухає промовця, тим нижчим є середній рівень інтелекту аудиторії. Тобто в цьому законі знаходить своє втілення «ефект натовпу», який полягає в тому, що в натовпі людина гірше мислить логічно; домінує права півкуля головного мозку, яка «відповідає» за емоції. Тому в натовпі посилюються емоційні реакції й послаблюється інтелектуальна діяльність, знижується критичність сприйняття, людина стає довірливішою й легше піддається впливу оточення. З огляду на це лектору, оратору, проповіднику слід брати до уваги кількість слухачів. Найважче переконати одного слухача.

Закон комунікативного самозбереження: людина у спілкуванні намагається зберегти досягнуту нею комунікативну рівновагу. Так, нова ідея, висловлена співбесіднику, як правило, спершу ним піддається сумніву, навіть відхиляється. Згодом вона може бути схваленою. Чи, напр., мовець переважно стримується від висловлювання свого погляду під загрозою його критики або заперечення. Упливом цього закону багато в чому обумовлена поведінка у групі: людині простіше пристосуватися до поведінки групи, ніж протистояти їй.

Закон комунікативного самозбереження дає змогу людині підтримувати внутрішній спокій, рівновагу, відкидаючи дратівливу інформацію, трансформуючи її у спокійнішу.

Закон ритму спілкування: співвідношення говоріння та мовчання в мовленні кожної людини – величина постійна. У кількісному вияві вона становить приблизно 1: 23. Отже, людина говорить менше, ніж мовчить. Звичний ритм спілкування слід витримувати, інакше з'явиться психічний неспокій, можливі стреси, погіршення настрою та загального стану здоров'я.

Співвідношення говоріння та мовчання варіюється залежно від багатьох чинників, насамперед професійних. Напр., викладачі, актори, продавці та деякі інші категорії людей говорять багато, а тому потребують відпочинку від говоріння; люди похилого віку, хворі потребують «задіяності» в говорінні.

Ритм спілкування залежить від статі – жінки відчують більшу потребу в говорінні, ніж чоловіки; від віку – у дітей та молоді величезна потреба у спілкуванні, у людей середнього віку вона зменшується, а в похилому віці знову зростає. Мало розмовляють фіни, естонці, шведи, норвежці, народи Півночі; значно активніше спілкуються італійці, іспанці, французи. Українці належать до народів з великим обсягом словесного спілкування.

Закон мовленнєвого самовпливу: словесне втілення ідеї або емоції формує цю ідею або емоцію в мовця. Як свідчить практика, словесне втілення певної думки дає змогу людині впевнитися в ній, остаточно утвердити її для себе. Відомий старий анекдот: *«Іване, я тобі вже двадцять раз пояснювала, сама нареши ти зрозуміла, а ти все ще не розумієш!»*. На цьому законі зокрема ґрунтується аутогенне тренування, в основі котрого – словесні команди, які подає людина сама собі і які регулюють її психічні та фізичні стани: *«Я спокійний, серце б'ється рівно, у мене хороший настрій»* тощо.

Закон довіри до зрозумілих висловлювань: чим простіше мовець висловлює свої думки, тим краще його розуміють і більше йому вірять. Йдеться про апеляцію до вічних і простих істин. Цей закон стосується також форми висловлювання згаданих істин: вона не повинна бути ускладненою.

Закон притягування критики: чим більше людина виділяється в оточенні, тим більше про неї лихословлять і критикують її вчинки. Дію цього закону пояснюють психологічно: усе, що привертає увагу, стає предметом обговорення; концентруються ж переважно на недоліках людей, щоб певним чином виділитися, з метою опустити їх до свого рівня. Американський менеджер Ел Ньюхарт зауважував: *«Не звертайте уваги на тих, хто у всьому вам заперечує. Коли ви досягнете успіху, насмішки перетворяться на поздоровлення. Ті, хто сміявся над вами, почнуть сміятися разом з вами»*.

Закон самовиникнення інформації: у разі дефіциту інформації в певній групі спілкування інформація самопороджується у вигляді чуток. Раз народившись, вони можуть стати причиною появи інших чуток.

Закон модифікації нестандартної комунікативної поведінки учасників спілкування: якщо співбесідник у спілкуванні порушує комунікативні норми, інший співбесідник змушує його змінити комунікативні поведінку. Цей закон конкурує із законом віддзеркалення: перемагає один із цих законів залежно від ситуації, особливостей учасників спілкування, їхніх комунікативних ролей, статусів, психології, ментальних станів.

Закон прискореного поширення негативної інформації: інформація негативного змісту має тенденцію до швидкого поширення, ніж позитивна. Дія цього закону пов'язана з підвищеною увагою людей до негативних факторів, оскільки позитивне швидко сприймають за норму й перестають обговорювати.

Закон спотворення інформації («зіпсованого телефону»): будь-яка інформація, яку передають у групі спілкування, спотворюється у процесі передавання. Міра спотворення інформації прямо пропорційна кількості осіб, які її передають. Причина спотворення – суб'єктивна інтерпретація інформації кожною особою, яка її отримує, а також дія «правила коментування», тобто особистісного ставлення до змісту інформації. Спотворення спричиняється також невмінням слухати співбесідника, іноді – небажанням демонструвати те, що все зрозуміло.

Закон емоційної афіліації («зараження»): особи, які перебувають в однаковому емоційному стані, прагнуть об'єднуватися в групи і спілкуватися один з одним. Збуджені люди створюють групи і навіть натовпи; люди з поганим настроєм шукають друзів по нещастю; веселій людині хочеться спілкуватися з веселими партнерами.

Закон мовленнєвого посилення емоції: емоційні вигуки людини посилюють емоцію, яку ця людина переживає в цей момент. Встановлено, що словесна констатація емоції посилює її в півтора – два рази. Це явище активно використовують у пропаганді, рекламі, деяких медитативних і релігійних практиках.

Закон мовленнєвого поглинання емоцій: у разі послідовної вдумливої розповіді про емоцію, яку переживають, вона поглинається в мовленні й щезає. Висловлене у зв'язній розповіді емоційне переживання й вислухане кимось «щезає» разом зі словами, використаними для розповіді. Ще однією формою вияву цього закону є емоційне мовлення, навіть інвективне (викривальне, образливе), але ні на кого не спрямоване.

Закон емоційного пригнічування логіки: перебуваючи в емоційному стані, людина втрачає логічність й аргументованість мовлення. У такому разі в її мислиннєвій діяльності починає домінувати права півкуля головного мозку, яка відповідає за емоції, а ліва, що відповідає за логіку, розуміння й породження зв'язного мовлення, пригнічена, ніби вимкнута. Саме тому збуджену людину логікою не переконати, з нею слід спілкуватися спокійно, не сперечатися, демонстративно погоджуватися, потроху знижуючи рівень її збудженості, заспокоювати, щоб згодом задіяти логіку.

Знання комунікативних законів та вміння використовувати їх, а якщо необхідно – протистояти їм – важлива складова комунікативної компетенції кожної освіченої людини. Ці знання в поєднанні зі знаннями про стратегії спілкування забезпечують результативне й грамотне спілкування мовця.

Складовими стратегії спілкування є комунікативна інтенція, комунікативна мета, комунікативна компетенція (див. *схема 2*).

Нагадаємо, що **комунікативна компетенція** – сукупність комунікативних стратегій і комунікативних правил, постулатів, якими володіють учасники спілкування.

Стратегії спілкування є гнучкими і залежать від прагматичних чинників: віку комунікантів, їх статі, соціальних ролей, національно-культурної належності й передбачають певну комунікативну тактику.

Комунікативна мета – стратегічний результат, на який скероване конкретне спілкування, комунікативний акт. Мета багато в чому визначає перебіг спілкування, рух у ньому інформації, взаємодію учасників.

Людське спілкування ґрунтується на взаємній необхідності. Російський лінгвіст Юрій Караулов зазначає: «Недостатність особистості в якомусь аспекті є ніби імпульсом, що спонукає шукати доповнення в іншій особистості». Це і є джерелом комунікативних потреб, які усвідомлено чи неусвідомлено втілюються в комунікативні інтенції.

Комунікативна інтенція (від лат. прагнення) – осмислений чи інтуїтивний намір адресанта, який визначає внутрішню програму та спосіб її втілення.

Якщо розглядати, наприклад, діалог, то саме завдяки інтенціям він підтримується, членуючись на конкретні відносно завершені частини, що характеризуються досягненням (чи недосягненням) мети спілкування. Саме типом інтенціональності визначається, напр., такі типи міжособистісного спілкування, як переконування, аргументація, з'ясування, випитування, обговорення, сварка та ін. Серед чинників, що обумовлюють комунікативну інтенцію, найважливішими є:

- мотивація як система мотивів з домінуючим мотивом;
- обставини, умови спілкування, оточення тощо;
- імовірнісний досвід, пов'язаний з моделлю майбутнього, можливістю прогнозування;
- завдання (мета, з якою виконується дія), тобто співвіднесення моделі майбутнього з найближчою та перспективною (поточною) дією.

Комунікативна тактика – визначена поведінка на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаного; мовленнєві прийоми, які дають змогу досягнути комунікативної мети.

Комунікативні тактики виконують функцію способів здійснення стратегії мовлення: вони формують складові діалогу (полілогу), групуючи й чергуючи відтінки розмови – оцінку, радість, горе тощо.

У різних ситуаціях спілкування використовують різні тактики: одні більш дієві в побутовому спілкуванні, інші – у діловій сфері. Комунікативна тактика зумовлена комунікативними намірами.

Комунікативний намір (комунікативне завдання) – тактичний хід, практичний засіб руху до відповідної комунікативної мети. Правильність обраної комунікативної тактики великою мірою залежить від комунікативного досвіду.

Комунікативний досвід – сукупність знань про вдалі та невдалі комунікативні тактики, які сприяють або не сприяють реалізації відповідних комунікативних стратегій.

Загальна інтенція мовця обумовлює стратегію мовленнєвого спілкування, або комунікативну стратегію.

Отже, **стратегія мовленнєвого спілкування** – оптимальна реалізація інтенції мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування та гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації.

Як правило, у разі неконфліктного спілкування його стратегію визначають пошуки «спільної мови», тобто основ діалогічного (полілогічного) співробітництва: добір мовних засобів представлення стану речей, вибір тональності спілкування, формування сприятливої атмосфери взаємодії всіх учасників комунікації.

Комунікативна стратегія охоплює:

- вибір глобального мовленнєвого наміру (констатувати факт, поставити запитання, звернутися із проханням тощо);
- відбір компонентів семантики речення й екстралінгвальної (позамовної) конситуації, які відповідають модифікаційним комунікативним значенням;
- визначення обсягу інформації, який припадає на одну тему;
- встановлення співвідношення квантів (часток) інформації про ситуацію зі станом свідомості співбесідників і чинником емпатії;
- визначення порядку комунікативних складових;
- налаштування комунікативної структури висловлювання на певний комунікативний режим (діалогічний, режим озвучення письмового тексту, прогнозу погоди або новин), стиль (епічний, розмовний) і жанр (поезія, анекдот, лозунг, реклама).

Складовими стратегії можуть бути також аргументація, мотивація, оцінка, висловлювання емоцій (симпатій, антипатій), міркування вголос, виправдання, підбурювання тощо.

Побудова стратегій та їхня реалізація значною мірою залежать від рівня знайомства комунікантів, соціальних чинників, орієнтації у психічній та ін. сферах адресата.

Єдиної типології стратегій спілкування немає. Так, Т. Ван Дейк залежно від дискурсів виокремлює такі стратегії: когнітивні, контекстуальні, розуміння, мовленнєві, семантичні, синтаксичні, схематичні, текстові тощо. Він вважає, що саме мовленнєві стратегії визначають загальний «стиль» взаємодії комунікантів, тобто, як і якими засобами може бути досягнута мета.

Інші дослідники розрізняють два типи стратегій спілкування: власне комунікативну та змістову. **Власне комунікативна стратегія** – це правила й послідовність комунікативних дій, яких дотримується адресант. **Змістова стратегія** – це покрокове змістове планування мети з урахуванням наявного «мовного матеріалу» (мовного коду) у межах кожного ходу (кроку) у комунікації.

У лінгвістичній літературі виділяють також кооперативні та некооперативні стратегії мовленнєвого спілкування. ***Кооперативні** стратегії втілюються в інформативні та інтерпретативні діалоги (полілоги) – поради, обмін думками, розповіді, повідомлення тощо. **Некооперативні** знаходять своє втілення в конфліктах, суперечках, претензіях, погрозах, ухиляннях від відповіді.*

Отже, мовленнєві стратегії дають змогу ефективно досягати мети спілкування або ж зорієнтуватися на досягнення ширшої соціальної мети.

Стратегія спілкування посідає важливе місце у процесі комунікації й виступає єднальною ланкою до комунікативної фази та власне мовної реалізації інтенції мовця.

Характер мовленнєвого спілкування, його стратегія, стиль, тональність великою мірою залежать від гендерних (з англ. рід) (соціостатевих) й комунікативних статусів учасників спілкування.

На поведінку й спілкування жінок і чоловіків істотно впливають два чинники: психофізіологічні особливості та гендерні стереотипи (механізми, що забезпечують закріплення й трансляцію гендерних ролей від покоління до покоління).

Щодо особливостей особистості й темпераменту психологи стверджують, що жінки переважно екстравертні (зацікавлені зовнішнім світом), товариські, активні, емпатичні (співчутливі) й дбайливі, а чоловіки більш автономні, настійливі, авторитарні. Жінки, як правило, перевершують чоловіків у всьому, що стосується мови (дівчатка починають говорити раніше, мають багатший словниковий запас, утворюють складніші й різноманітніші речення); вони більше схильні до кохання, прихильніші, емоційніші. Чоловіки ж частіше є лідерами; їхня самооцінка залежить від успіхів у сфері предметної діяльності, стабільніша й загалом вища від жіночої.

Чоловічий стиль спілкування – активний і предметний, але водночас змагальний і конфліктний. Для чоловіка зміст спільної діяльності важливіший, ніж індивідуальна симпатія до партнера. Чоловіче спілкування вирізняється емоційною стриманістю. Жінки вільніше й повніше (зокрема вербально) висловлюють свої почуття та емоції, у них виникає потреба поділитися з кимось своїми враженнями; вони здатні до співпереживання.

Сучасний італійський психолог А. Монтаорі виокремлює чотири **відмінності в психології чоловіків і жінок:**

1. Чоловіки виявляють тенденцію до незалежності, а жінки акцентують на взаємозалежності. Жінки більшою мірою соціально зорієнтовані, чіткіше усвідомлюють тонкі зв'язки, які об'єднують людей, роблять їхнє спілкування довірливим.
2. Чоловіче ставлення до світу напористе, зорієнтоване на контроль. Чоловіки більшою мірою, ніж жінки, зосереджені на завданні. Тому чоловічий стиль вважають аналітичним і маніпулятивним. Чоловіча психологія зорієнтована на домінантних ритуалах та ієрархії, де завжди є переможець і переможений. Така установка, як правило, не визнає альтернативи партнерського стилю.

3. У чоловіків спостерігаються певні не вроджені, а набуті здібності до просторових і математичних знань, у жінок – мовних навичок; тому жіночий стиль спілкування зорієнтований на систему взаємодії, а чоловічий – на систему домінування.
4. Чоловіча концепція моралі формулюється в термінах абстрактних правил, непорушних, постійних. Жінки більш ситуативні, вони по-своєму інтерпретують етику, межі якої рухомі та залежать від контексту того, що відбувається. Чоловіки вважають, що зле втручатися в чийсь життя, якщо тебе не просять; жінки – що погано не втручатися, якщо хтось потребує твоєї допомоги.

Істотно різняться й **стилі чоловічого й жіночого спілкування**:

1. У комунікуванні для чоловіків найважливішою є інформація, тобто факти, цифри й результати. Жінки, крім інформації, зорієнтовані на атмосферу спілкування, на інтерактивні, міжособистісні аспекти.
2. Чоловіки в комунікації зорієнтовані на соціальні статуси та владу; вони пристосовуються до ієрархічних соціальних ролей у комунікації. Жінки віддають перевагу партнерській, рівноправній комунікації; вони зорієнтовані на встановлення хороших стосунків, прагнуть до їх зміцнення, знищення соціальних та інших ієрархічних бар'єрів. Тобто жінки намагаються скоротити дистанцію між собою та партнером у комунікації, а чоловіки цю дистанцію підтримують.
3. Чоловіки частіше обирають роль «одинокого воїна», який повинен завоювати певну позицію в комунікації або залишитися в ній самотнім. Жінки значно краще почуваються в колективі, легше устанавлюють контакти. Тобто чоловіки віддають перевагу комунікації асиметричній, а жінки – симетричній.
4. Мовлення жінок насичене засобами опису почуттів, настрої, емоцій; воно емоційніше, ніж чоловіче.
5. Жінки переважно формулюють свої бажання непрямо; вони легше, ніж чоловіки, «вичитують» імплікатури – зв'язки між висловами, думками (щоправда, іноді не ті, що насправді вкладені в комунікацію). Це часто стає причиною конфліктів. Жінки очікують від чоловіків «вгадування» їхніх бажань; чоловіки зорієнтовані на прямі прохання, вимоги.
6. Чоловіки, як правило, формулюють пропозиції прямо; жінки – у вигляді запитань. Жінки частіше кажуть «думаю», «уважаю», навіть тоді, коли цілком переконані у своїй правоті. Чоловіки формулюють свої міркування значно категоричніше. Це часто спричиняє невпевненість у жінок, стає причиною непорозумінь.
7. У розмовах, дискусіях тощо чоловіки частіше, ніж жінки, акцентують на власній позиції. Жінки зорієнтовані на загальну атмосферу спілкування, а тому їм краще вдається формування гармонійної, позитивної атмосфери перебігу комунікації.
8. У конфліктних ситуаціях жінки частіше, ніж чоловіки, відмовляються від своїх поглядів, позицій.

9. Чоловіки розв'язують конфлікти раціональним способом, за допомогою аргументів і переконань; жінки схильні до емоційного їх вирішення.
10. Жінкам легше, ніж чоловікам, звернутись до когось по допомогу; чоловіки витлумачують це як слабкість.

Що ж стосується аспектів спілкування, пов'язаних з мовним кодом, то дослідники лінгвогендерологічних проблем зазначають, що в мовленні чоловіків простежується більша кількість іменників і дієслів; жінки віддають перевагу прикметникам і прислівникам. У мовленні жінок частіше трапляються актуалізатори (*так? ти що? га?* тощо), сигнали наявності зворотного зв'язку й уваги до слів співбесідника (*так, ага, угу, о!* тощо). Жінки спокійніше реагують на перебивання мовлення, їх мовний код містить більшу кількість засобів увічливості, меншу кількість грубих і лайливих висловів. У мовленні жінок частіше спостерігається явище неточного («приблизного») називання предметів; чоловіки ж намагаються все називати точно. Жінки частіше вживають слова зі значенням невпевненості (*мабуть, напевне*) і описові вислови внутрішніх етапів (*Мені від усього цього моторошно*).

Австрійські дослідниці специфіки спілкування чоловіків і жінок, гендерних стосунків у діловій сфері К. Опперман і Е. Вебер дають власну характеристику спілкування чоловіків і жінок. Для жінок, за К. Опперман, *«людська близькість є ключем до світу зв'язків, стосунків, метою яких є згода й мінімізація відмінностей»*. А для чоловіків, за Е. Вебер, *«незалежність – ключ до світу, зорієнтованого на статус. Формулювати накази і їх виконувати – це реалізація правил ієрархії»*.

Отже, зовнішні (ситуація, контекст) і внутрішні (соціальні, психологічні) складові спілкування виступають у тісному зв'язку, упливаючи на перебіг комунікації загалом, її прагматику зокрема.

4. Невербальні компоненти спілкування

Мовлення – основний, але не єдиний спосіб спілкування. Люди обмінюються інформацією за допомогою багатьох інших засобів – жестів, міміки, постав тіла, одягу, зачісок, запахів, навіть предметів, які їх оточують. Для співрозмовників значущими є прикраси, татування на тілі, гатунок чаю або кави, що споживається, тощо. Усе це отримало назву невербальні (несловесні) повідомлення.

Невербальні засоби спілкування – елементи комунікативного коду, які мають немовну (або знакову) природу й разом із засобами мовного коду служать для створення, передавання та сприйняття повідомлень.

Ученими встановлено, що різноманітні невербальні сигнали в особистісному спілкуванні несуть від 60 до 80 % інформації. Звичайно, значення різноманітних невербальних сигналів «перебувають» не в самих сигналах, а приписуються їм тими, хто декодує мовлення, «вчитується» ними. Це декодування відбувається з обов'язковим урахуванням культурних та індивідуальних контекстів.

Існують різні типології невербальних засобів спілкування, оскільки вони створюються та сприймаються різними сенсорними системами: зором, слухом, тактильними відчуттями, смаком, нюхом, а також з урахуванням того, коли відбувається спілкування. У *табл. 4* подано класифікацію невербальних засобів спілкування, яка враховує найважливіші сенсорні системи людини, а також темпоральні (часові) характеристики спілкування.

Невербальні повідомлення мають певні **особливості**.

Як правило, вони:

- неструктуровані, їх неможливо розкласти на окремі складники; це вияв темпераменту людини, її емоційного стану, самооцінки, соціальних статусів, належності до певної групи, субкультури тощо;
- прив'язані до умов спілкування; декодуються «тут і тепер», у межах конкретного контексту й ситуації;
- неінтенціональні, спонтанні (інтенціональні, «відпрацьовані» лише у професійних акторів);
- більшою мірою вроджені, ніж набуті; як правило, засвоюються кожним носієм певної культури шляхом спостережень, копіювання невербальної поведінки інших людей;
- витворюються під домінантним впливом правої півкулі головного мозку.

Під час невербального спілкування комуніканти отримують інформацію:

1. Про особистість комунікатора:

- темперамент;
- емоційний стан у конкретній ситуації;
- його «Я» (образ і самооцінку);
- особистісні якості;
- комунікативну компетенцію (як він починає комунікацію, підтримує її, виходить з неї тощо);
- соціальний статус;
- належність до певної групи або субкультури.

2. Про стосунки комунікантів:

- соціальну й емоційну близькість чи віддаленість;
- характер стосунків (домінування – залежність, прихильність – неприхильність тощо);
- динаміку стосунків (бажання підтримувати спілкування, перервати його, «з'ясувати стосунки» тощо).

3. Про ставлення учасників комунікації до самої ситуації, що дає змогу їм регулювати процес інтеракції:

- комфортність;
- спокій;
- інтерес до спілкування чи бажання завершити його (нервування, нетерпіння) тощо.

Невербальні та вербальні комунікації взаємодіють. Російські психологи В. Куніцина, Н. Казаринова і В. Погольша, які спеціально досліджували

процеси взаємодії вербальних і невербальних компонентів спілкування, визначили **функції невербальних повідомлень стосовно вербальних**:

- доповнення (зокрема дублювання й посилення) вербальних повідомлень;
- заперечення вербальних повідомлень;
- заміщення вербальних повідомлень;
- регулювання розмови.

Кінесика – це один з найважливіших засобів невербального спілкування, який найбільше впливає на його перебіг. Його ще називають «мовою тіла». Кінестетичні сигнали (міміка, жести, постава тіла) можуть бути підсвідомими (неконтрольованими) та свідомими (контрольованими). **Підсвідомі (неконтрольовані) сигнали** – це повідомлення, що надсилаються мозком і є зовнішнім віддзеркаленням насамперед емоційного стану людини. **Свідомі (контрольовані)** – це набуті, відпрацьовані сигнали. Деякі кінестетичні засоби увійшли в систему комунікації цілих етносів, стали національно-культурними засобами комунікації (жести привітання, прощання тощо).

Міміка (вираз обличчя). Найважливіший засіб невербальної комунікації. Її відсутність унеможлиблює спілкування, оскільки обличчя – дзеркало людських емоцій.

Американський психолог П. Екман разом з колегами опрацював техніку, яка отримала назву «Система кодування рухів обличчя». Ця система дає змогу вирази обличчя зіставити з виявом певних емоцій. Автори зазначають, що найменшому контролю підлягають очі. Так, блискучі очі виражають радість; матові – сум. Широкі зіниці свідчать про страх; нерухомі – про концентрацію уваги; «бігаючі» – про неспокій, розпорошення уваги; короткі погляди вбік – почуття вини, побоювання осуду оточення; погляди униз – несміливість або почуття провини, страху. Про внутрішній стан людини, домінування її у психокогнітивній діяльності певних типів відчуттів можуть свідчити рухи зіниць очей. Напр., якщо співбесідник, перш ніж відповісти на поставлене запитання, піднімає очі догори, можна з упевненістю говорити про домінування у сфері його психокогнітивних процесів зорових образів; якщо зіниці очей опущені вниз – домінують тілесні відчуття; рух зіниць очей убік свідчить про переважання слухових вражень.

Контрольована міміка – це прийняті в конкретній культурі, конкретним етносом засоби міміки, що виражають окреслені «межі» почуттів, емоцій тощо. Вони «дешифруються» у межах певної культури однозначно.

Наведемо приклади конвенціональної (загальноприйнятої) міміки в комунікації українців і деяких європейських етносів: примруження ока – привертання уваги адресата, попередження його про щось; широко відкриті очі – демонстрація здивування, несподіванки; кліпання повіками – підтвердження або згода на щось; підняття брів – мовець почув щось дивне, незвичне, непристойне тощо; стягування брів – незадоволення, гнів; опущення куточків зімкнених губ – незнання; усмішка з одночасним примруженням очей – іронія, насмішка з когось.

Жести у спілкуванні є носіями різного типу інформації, пов'язаної з емоційними станами комунікантів.

У практиці взаємодії виділяють кілька основних жестів, що відображують внутрішній стан людини. Рух рук і тіла передають багато знань про людину.

По-перше, у них відображається стан організму й безпосередні емоційні реакції. Це дозволяє судити про темперамент людини (сильні чи слабкі в нього реакції, швидкі чи уповільнені, інертні чи рухливі).

По-друге, пози й рухи тіла виражають риси характеру людини, ступінь її упевненості в собі, скутість чи розкутість, обережність чи поривчастість. У позі й рухах виявляється й соціальний статус людини. Такі вислови, як «йти з високо піднятою головою», «розправити плечі» чи, навпаки, «стояти на напівзігнутих» являють собою не тільки опис пози, але й виражають визначений психологічний стан людини.

По-третє, у позі та жестах виявляються культурні норми, засвоєні людиною. Напр., вихований чоловік ніколи не буде розмовляти сидячи поруч з жінкою, що стоїть, незалежно від того, як він оцінює її особисті якості.

По-четверте, жестам і позі приписуються чисто умовні символічні значення. Таким чином, вони здатні передати точну інформацію.

Тож звернемося до окремих з них.

Жести відкритості свідчать про щирість і бажання говорити відверто. До цієї групи знаків відносяться жести «розкриті руки» й «розстібання піджака».

Жест «розкриті руки» полягає в тому, що співрозмовник протягає вперед у вашу сторону свої руки долонями уверх. Цей жест особливо часто спостерігається в дітей. Коли діти пишаються своїми досягненнями, вони відкрито показують свої руки. Коли ж діти почувають свою провину, вони ховають руки або за спину, або в кишені.

Жест «розстібання піджака» також є знаком відкритості. Відверті люди, які дружньо до нас ставляться, часто розстібають і навіть знімають піджак у нашій присутності. Досвід показує, що згода між співрозмовниками в розстебнутих піджаках досягається частіше, ніж між тими, хто залишався в застебнутих піджаках. Той, хто змінює своє рішення у сприятливу сторону, звичайно, розтискає руки й автоматично розстібає піджак. Цей жест демонструє бажання піти назустріч і установити контакт.

Коли стає зрозуміло, що угода з позитивним рішенням щодо обговорюваного питання можлива, а також у тому випадку, коли створюється позитивне враження від спільної роботи, люди, що сидять, розстібають піджаки, розпрямляють ноги й пересуваються на край стільця, ближче до столу, що відокремлює їх від сидячих навпроти них співрозмовників (найчастіше партнерів по переговорах).

Жести підозрілості й потаємності свідчать про недовіру до вас, сумнів у вашій правоті, про бажання щось приховати від вас. У цих випадках співрозмовник машинально потирає чоло, скроні, підборіддя, прагне прикрити обличчя руками. Але найчастіше він намагається не дивитися на вас, відводячи погляд убік. Інший показник потаємності – непогодженість жестів. Якщо вороже

настроєна проти вас людина посміхається, то це означає, що вона за штучною посмішкою намагається навмисне сховати свою нещирість.

Жести й пози захисту є знаком того, що співрозмовник почуває небезпеку або загрозу. Найбільш розповсюдженим жестом цієї групи знаків є руки, схрещені на грудях. Руки тут можуть займати три характерних положення.

Просте схрещування рук є універсальним жестом, що позначає оборонний чи негативний стан співрозмовника. У цьому випадку варто переглянути те, що ви робите чи говорите, тому що співрозмовник почне відходити від обговорення. Потрібно також урахувати й те, що цей жест впливає на дії інших людей. Якщо в групі з чотирьох чи більше осіб ви схрестили руки в захисній позі, то незабаром можна чекати, що й інші члени групи візьмуть з вас приклад. Щоправда, цей жест може означати просто спокій і упевненість, але це буває тоді, коли атмосфера бесіди не носить конфліктного характеру.

Якщо, крім схрещених на грудях рук, співрозмовник ще стискає пальці в кулак, то це свідчить про його ворожість чи наступальну позицію. У цьому випадку варто сповільнити свою мову й рухи, ніби пропонуючи співрозмовнику взяти з вас приклад. Якщо це не допомагає, то слід змінити тему розмови.

Жест, коли кисті схрещених рук обхоплюють плечі (іноді кисті рук упиваються в плечі так міцно, що пальці стають білими), позначає стримування негативної реакції співрозмовника на вашу позицію з обговорюваного питання. Цей прийом використовується, коли співрозмовники полемізують, прагнучи будь-що переконати один одного в правильності своїх поглядів, причому нерідко цей жест супроводжується холодним, ледве прищуреним поглядом і штучною посмішкою. Такий вираз обличчя означає, що ваш співрозмовник на межі, і якщо не вжити оперативних заходів, що знижують напруженість, то може відбутися вибух.

Жест, коли руки схрещені на грудях, але з вертикально виставленими великими пальцями рук, є досить популярним серед ділових людей. Він передає подвійний сигнал: перший – про негативне ставлення (схрещені руки), другий – про почуття переваги, виражене великими пальцями рук. Співрозмовник, що застосовує цей жест, звичайно «грає» одним чи обома пальцями, а коли стоїть – погойдується на підборах. Жест із використанням великого пальця означає також глузування чи неповажне ставлення до людини, на яку ніби вказують великим пальцем через плече.

Жести міркування й оцінки сигналізують про стан замисленості й прагнення вирішити проблему. Замислений вираз обличчя супроводжується жестом «рука біля щоки». Цей жест свідчить про те, що вашого співрозмовника щось зацікавило. Залишається з'ясувати, що ж спонукало його зосередитися на проблемі.

Жест «пощипування перенісся», що зазвичай сполучається із закритими очима, говорить про глибоку зосередженість. Коли співрозмовник перебуває в стадії ухвалення рішення, він почухує підборіддя. Цей жест, звичайно,

супроводжується прищуренням ока – співрозмовник ніби розглядає щось удалині, ніби намагаючись знайти там відповідь на своє питання.

Коли співрозмовник підносить руку до обличчя, спираючись підборіддям на долоню, а вказівний палець витягає уздовж щоки (інші пальці знаходяться нижче рота) – це є красномовним свідченням того, що він критично сприймає ваші аргументи.

Жести сумніву й непевності найчастіше пов'язані з почісуванням вказівним пальцем правої руки під мочкою вуха чи ж бокової частини шиї (зазвичай робиться п'ять рухів).

Дотик до носа чи його легке потирання – також знак сумніву. Коли вашому співрозмовнику буває важко відповісти на ваше питання, він часто вказівним пальцем починає торкатися чи потирати ніс. Щоправда, тут варто зробити застереження: іноді люди потирають ніс тому, що він просто чухається. Однак ті, хто чухає ніс, зазвичай роблять це енергійно, а ті, для кого це служить жестом, лише злегка його потирають.

Жести й пози, що свідчать про небажання слухати й прагнення закінчити бесіду, досить красномовні. Якщо під час бесіди ваш співрозмовник опускає повіки, то це сигналізує про те, що ви для нього стали нецікаві чи просто набридли, чи ж він почуває свою перевагу над вами. Якщо ви помітили подібний погляд у свого співрозмовника, то врахуйте наступне: необхідно щось змінити, якщо ви зацікавлені в успішному завершенні розмови.

Жест «почухування вуха» свідчить про бажання співрозмовника відгородитися від слів, що він чує. Інший жест, пов'язаний з дотиком до вуха, – потягування мочки вуха – говорить про те, що співрозмовник наслухався досталь і хоче висловитися сам.

У тому випадку, коли співрозмовник вочевидь хоче швидше закінчити бесіду, він непомітно (і часом неусвідомлено) пересувається чи повертається в бік дверей, при цьому його ноги звертаються до виходу. Поворот тіла й положення ніг указують на те, що йому дуже хочеться піти. Показником такого бажання є також жест, коли співрозмовник знімає окуляри й демонстративно відкладає їх убік. У цій ситуації він прагне чимось зацікавити співрозмовника або дати йому можливість піти. Якщо ви будете продовжувати розмову в тім же ключі, то навряд чи доможетеся бажаного результату.

Жести, що свідчать про бажання навмисно затягти час, зазвичай пов'язані з окулярами. Для того щоб затягти час для обміркування остаточного рішення, співрозмовник робить наступні жести: постійно знімає й надягає окуляри, а також протирає лінзи. Якщо ви спостерігаєте один із цих жестів, відразу ж після того, як запитали людину про її рішення, то найкраще буде помовчати в чеканні. Якщо партнер знову надягає окуляри, то це означає, що він хоче ще раз «поглянути на факти».

Жест «ходіння» свідчить про те, що не слід поспішати. Багато співрозмовників удаються до цього жесту, намагаючись «розтягнути час», щоб розв'язати складну проблему чи прийняти важке рішення. Це дуже позитивний

жест. Але з тим, хто «ходить», розмовляти не слід. Це може порушити хід його думок і перешкодити прийняттю ним рішення.

Жести впевнених у собі людей з почуттям переваги над іншими. До них належить жест «закладання рук за спину із захопленням зап'ястя». Від цього жесту варто відрізнити жест «руки за спиною в замок». Він говорить про те, що людина засмучена й намагається взяти себе в руки. Цікаво, що чим більше сердять людину, тим вище пересувається її рука по спині. Саме з цим жестом пов'язаний вислів «взьми себе в руки». Це поганий жест, бо він використовується для того, щоб сховати свою нервовість, і спостережливий партнер по переговорах відчує це.

Жестом упевнених у собі людей з почуттям переваги над іншими є і жест «закладання рук за голову». Багато співрозмовників дратуються, коли хто-небудь демонструє його перед ними.

Жести незгоди можна назвати жестами витиснення, оскільки вони виявляються внаслідок стримування своєї думки. Збирання неіснуючих ворсинок з костюма є одним з таких жестів. Співрозмовник, що збирає ворсинки, зазвичай сидить, відвернувшись від інших, і дивиться в підлогу. Це найбільш популярний жест несхвалення. Коли співрозмовник постійно збирає ворсинки з одягу, це є ознакою того, що йому не подобається все, що тут говориться, навіть якщо на словах він з усім згодний.

Жести готовності сигналізують про бажання закінчити розмову чи зустріч і виражаються в подачі корпусу вперед, при цьому обидві руки лежать на колінах чи тримаються за бічні краї стільця. Якщо кожен з цих жестів виявляється під час розмови, то варто брати ініціативу у свої руки й першим запропонувати закінчити бесіду. Це дозволить вам зберегти психологічну перевагу й контролювати ситуацію.

Крім розглянутих раніше поз і жестів, існують і інші, котрі не менш красномовно передають той чи інший внутрішній стан співрозмовників. Так, потирання долонь свідчить про позитивні чекання. Зчеплені пальці рук позначають розчарування й бажання співрозмовника сховати своє негативне ставлення до почутого.

Однією з найбільш серйозних помилок, що можуть допустити новачки у справі вивчення мови тіла, є прагнення за виокремленим одиничним жестом розглядати його ізольовано від інших жестів і обставин. Напр., почісування потилиці може означати тисячу речей – лупа, блохи, виділення поту, непевність чи пригадування чогось, проголошення неправди – залежно від того, які інші жести супроводжують це почухування, тому для правильної інтерпретації ми повинні враховувати весь комплекс жестів.

Як і будь-яка інша мова, мова тіла складається зі слів, пропозицій і знаків пунктуації. Кожен жест подібний слову, а слово може мати кілька різних значень. Цілком зрозуміти значення цього слова ви можете тільки тоді, коли вставите це слово в пропозицію поряд з іншими словами. Жести надходять у формі „пропозицій” і точно говорять про дійсний стан, настрій і ставлення

людини. Спостережлива людина може прочитати ці невербальні пропозиції й порівняти їх зі словесними пропозиціями.

Збіг слів і жестів. Часто можна спостерігати, як політики стоять на трибуні, міцно схрестивши руки на грудях (захисна поза), опустивши підборіддя (критична чи ворожа поза), і говорять аудиторії про те, як сприйнятно вони ставляться до ідей молоді. Вони можуть спробувати переконати аудиторію теплим словом, але невербальні жести свідчатимуть про протилежне. Зигмунд Фрейд одного разу помітив, як пацієнтка, що переконувала його в тім, що вона щаслива в шлюбі, мимовільно знімала й надягала на палець обручку. Фрейд зрозумів значення цього жесту й не здивувався, коли сімейні проблеми цієї пацієнтки були зрештою вербалізовані.

Ключем до правильної інтерпретації жестів є врахування всієї сукупності жестів і конгруентність (відповідність) вербальних і невербальних сигналів.

Соціальний статус та багатство жестикуляції. Наукові дослідження в галузі лінгвістики показали, що існує пряма залежність між соціальним статусом, владою, престижем людини і її словниковим запасом. Іншими словами, чим вище соціальний чи професійний статус людини, тим вища його здатність спілкуватися на рівні слів і фраз. Дослідження в галузі невербального спілкування виявили залежність між красномовністю людини й ступенем жестикуляції, якою вона користується для передачі змісту своїх повідомлень. Це означає, що існує пряма залежність між соціальним статусом людини та кількістю жестів і рухів, якими вона користується. Особа, що знаходиться на вершині соціальної драбини чи професійної кар'єри, може користуватися багатством свого словникового запасу у процесі комунікації, у той же час особа, менш реалізована у професійній діяльності, буде частіше покладатися на жести, а не на слова у процесі спілкування.

Можливість підробити мову рухів. Найбільш типовим є питанням: «Чи можна підробити мову тіла?». Як правило, відповідь на це питання негативна, тому що реакція вашого організму просигналізує про відсутність конгруентності між жестами і сказаними словами. Напр., розкриті долоні асоціюються з чесністю, але коли ошуканець розкриває вам свої обійми й посміхається, одночасно говорячи неправду, організм зреагує на його потаємні думки. Це можуть бути звужені зіниці, піднята брова чи скривлення куточка рота – і всі ці сигнали суперечитимуть розкритим обіймам і широкій посмішці. Як наслідок реципієнт не повірить тому, що він чує.

Існують однак випадки, коли володіти мовою тіла спеціально навчають для досягнення сприятливого враження. Візьміть, напр., конкурси краси Міс Америка чи Міс Всесвіт, на яких кожна конкурсантка навчається таким рухам тіла, що випромінюють теплоту й щирість. Чим з більшою майстерністю учасниця конкурсу буде передавати ці сигнали, тим більше балів вона одержить від суддів.

Але навіть досвідчені фахівці можуть імітувати потрібні рухи тільки протягом короткого періоду, оскільки незабаром організм мимоволі передасть сигнали, що суперечать його свідомим діям. Корисно навчитися

використовувати позитивні, відкриті жести для успішного спілкування з іншими людьми й позбутися жестів, що несуть негативне забарвлення. Це дасть змогу почувати себе більш упевнено з людьми й зробить вас більш привабливим для них.

Постава. Положення людського тіла значуще для комунікації. З позиції міжособистісного спілкування, зокрема ставлення до партнера, виокремлюють такі типи постав:

- постави, що демонструють відкритість або замкнутість особи адресата. Напр., схрещені на грудях руки, сплетені в замок пальці, відхилення спини назад тощо відповідають внутрішній замкнутості адресата; повернутість голови й тіла в бік партнера, нахилений тулуб уперед, вільні плечі тощо свідчать про внутрішню відкритість адресата;
- постави, що демонструють домінування («нависання» над партнером, рука «забута» на плечі співбесідника тощо) чи залежність (погляд знизу, ситуативна згорбленість);
- постави, що свідчать про гармонію (синхронізація постав тіла, зверненість усього тіла в бік партнера, відсутність напружень окремих груп м'язів тощо) чи протистояння (стиснуті кулаки, руки на паску й плече вперед).

Проксеміка (з лат. розташований близько) – *просторові стосунки людей у процесі спілкування*. Цей термін належить сучасному американському вченому Е. Халлу, який першим акцентував на ролі просторових чинників у комунікації. Він тлумачить проксеміку як спосіб структурування й використання людьми мікропростору, напр., відстань між учасниками спілкування та їх розміщення, форма столів під час вирішення ділових питань тощо. Інші дослідники (зокрема польський психолог В. Глодовський, російський лінгвіст І. Горєлов та ін.) визначають проксеміку як сприйняття, використання й конструювання простору з комунікативною метою, оскільки очевидним є зв'язок між мікротериторією спілкування та соціальним статусом комунікантів. «Речове» оточення має істотний вплив на людей. Ще В. Черчілль зауважував, що спершу людина формує своє оточення, а відтак воно формує її.

Важливе значення для перебігу комунікації має простір, у межах якого перебувають її учасники. Дослідники зазначають, що «влада там, де сидиш». Свідомо чи несвідомо людина обирає таке робоче місце, яке сприяє утвердженню її ролі у групі.

Фізичне тіло більшості тварин оточено визначеною просторовою зоною, що вони вважають своєю власною, особистою територією. Наскільки далеко сягає ця територія залежить, головним чином, від того, як густо населені місця, у яких ця тварина проживає. Лев, що виріс на просторах територіях Африки, може мати сферу проживання радіусом у 3 милі і більше залежно від щільності населення левів на цій території. Але якщо лев виріс у клітці з багатьма іншими левами, його особиста територія може обмежуватися буквально декількома футами, що є прямим наслідком перенаселеності сфери проживання.

Подібно до тварини людина має власну оболонку, що оточує її тіло, її розміри залежать від щільності населення людей у місці його проживання.

Отже, розміри особистої просторової зони соціально й національно обумовлені. Якщо представники однієї нації, напр., японці, звичні до перенаселеності, інші надають перевагу широким відкритим просторам і люблять зберігати дистанцію.

Соціальний статус людини може також мати значення при описі відстані, на якій людина тримається стосовно інших людей, і це питання буде обговорюватися нижче.

Розміри особистої просторової території середньозабезпеченої людини в принципі однакові незалежно від того, чи проживає вона в Північній Америці, Африці чи Австралії, її можна розділити на 4 чіткі просторові зони.

1. Інтимна зона (від 15 до 46 см). З усіх зон ця найголовніша, оскільки саме її людина охороняє так, начебто це її власність. Дозволяється проникнути в цю зону тільки тим, хто знаходиться в тісному емоційному контакті з людиною. Це діти, батьки, чоловіки, коханці, близькі друзі і родичі. У цій зоні є ще підзона радіусом у 15 см, у яку можна проникнути тільки за допомогою фізичного контакту. Це понадінтимна зона.

2. Особиста зона (від 46 см до 1,2 метри). Це відстань, що зазвичай розділяє нас, коли ми знаходимося на офіційних прийомах і вечорах, на дружніх вечірках.

3. Соціальна зона (від 1,2 до 3,6 метрів). На такій відстані ми тримаємося від сторонніх людей, напр., водопровідника чи слюсаря, що прийшов полагодити кран у нашому будинку, листоноші, нового службовця на роботі й від людей, яких не дуже добре знаємо.

4. Суспільна зона (більш 3,6 метри). Коли ми адресуємо повідомлення до великої групи людей, то зручніше за все стояти саме на цій відстані.

Звичайно, наша інтимна зона порушується тією чи іншою людиною через дві причини. Перша, коли «порушник» є нашим близьким родичем чи ж людиною, яка має щодо нас сексуальні наміри. Друга, коли «порушник» виявляє ворожі тенденції і схильний атакувати нас. Якщо ми можемо терпіти вторгнення сторонніх людей у наші особисті соціальні зони, то вторгнення сторонньої людини в інтимну зону викликає усередині нашого організму різні фізіологічні реакції та зміни. Серце починає битися швидше, відбувається викид адреналіну у кров, і вона надсилає до мозку і м'язів сигнал фізичної готовності нашого організму до бою, тобто стан бойової готовності.

Це означає, що якщо ви дружньо торкнетесь руки чи обіймете людину, з якою ви тільки що познайомилися, то це може викликати в неї негативну реакцію стосовно вас, навіть якщо він чи вона буде вам посміхатися і робити вигляд, що це їй подобається. Якщо ви хочете, щоб люди почували себе у вашому товаристві затишно, дотримуйте золотого правила: «Тримай дистанцію». Чим інтимніші наші відносини з іншими людьми, тим ближче дозволяється нам проникати в їхні зони. Напр., тільки що прийнятий на роботу службовець перший час може подумати, що колектив ставиться до нього дуже прохолодно, але вони просто тримають його на дистанції соціальної зони, тому що мало його знають. Як тільки товариші по службі пізнають його краще,

територіальна відстань між ними скоротиться, і, зрештою, йому дозволять пересуватися в межах особистої зони, а в деяких випадках проникати й в інтимну зону інших.

Дистанція між двома, що цілуються, може багато розповісти вам про характер взаємин між цими людьми. Коханці міцно притискаються тілами один до одного й знаходяться всередині інтимної зони один одного. Зовсім інша буде відстань, якщо ви отримуєте поцілунок від сторонньої людини, що поздоровляє вас з Новим роком, чи від чоловіка кращої подруги, оскільки обоє будуть відставляти нижню частину тіла принаймні на відстані 15 см від вашої.

Винятком з правила, що вимагає суворого дотримання дистанційної зони, є випадки, коли просторова зона людини обумовлена його соціальним статусом. Напр., керуючий компанією й один з його підлеглих можуть бути компаньйонами по риболовлі, і, знаходячись на риболовлі, вони перетинають і особисту, і інтимну зону один одного. На роботі ж керуючий буде тримати його на відстані соціальної зони, дотримуючи неписаних правил соціальної стратифікації.

Часто можна почути, як людей, що їздять у громадському транспорті на роботу в час пік, називають жалюгідними, нещасними. Ці епітети, звичайно, уживаються через те, що в цих людей невиразні обличчя, але сторонні спостерігачі помиляються у своїх оцінках. Вони просто бачать, як люди сумлінно виконують правила поведінки в умовах неминучого вторгнення сторонніх у їхню інтимну зону.

Розлютована юрба чи агресивна група людей, об'єднаних єдиною метою, реагує на порушення їхньої території інакше, ніж окремі особистості. Реально відбувається наступне: по мірі того, як збільшується юрба і її щільність, особистий простір кожної окремої людини стає все меншим, і він приймає ворожу стійку, тому зі зростанням юрби підсилюється її ворожість і агресивність, і в будь-який момент може початися бійка. Це дуже добре відомо поліції, і вона завжди прагне розігнати юрбу, щоб кожна людина знову знайшла свій зональний простір і заспокоїлася.

Коли людина претендує на місце чи простір, частина якого вже зайнята іншими людьми (напр., місце в театрі, місце за столом у конференц-залі, гачок для рушника на тенісному корті), вона діє передбачуваним чином. Вона, як правило, шукає найширшу відстань між двома присутніми і займає місце посередині. У театрі вона обирає місце, що знаходиться посередині між останнім кріслом і сидячою у цьому ряду людиною.

Просування в інтимну територію людини особи протилежної статі є способом вираження її інтересу до цієї людини й називається заграванням. Якщо загравання не приймається, ця людина відступає й дотримує надалі дистанцію. Якщо ж залицяння приймаються, людина дозволяє «порушнику» залишатися всередині її інтимної зони. Наведемо як приклад випадок, розказаний одним із учасників міжнародної конференції: *«Нещодавно на конференції я помітив, що коли зустрічалися й розмовляли два американці, вони стояли один від одного на відстані 90 см й зберігали цю дистанцію протягом усієї розмови. Коли ж розмовляли японець і американець, то вони повільно*

почали пересуватися по кімнаті. Американець постійно відсувався від японця, а японець поступово наступав, наближаючись до нього. Тим самим кожний з них намагався пристосуватися до звичного, зручного для нього простору спілкування. Японець, чия інтимна зона складає 25 см, постійно робив крок уперед, щоб звузити простір. При цьому він порушив інтимну зону американця, змушуючи його відступати на крок назад, щоб розширити свій зональний простір. Відеозапис цього епізоду, відтворений із прискоренням, створює враження, що обоє вони танцюють по конференц-залі, і японець веде свого партнера». Стає зрозумілим, чому при бізнес-переговорах азіати й американці поглядають один на одного з деякою підозрою. Американці вважають, що азіати «фамільярні» й надмірно «тиснуть», азіати ж вважають, що американці «холодні й занадто офіційні».

Незнання культурно обумовлених розходжень в інтимних зонах різних людей може легко призвести до непорозуміння й неправильних суджень про поведінку й культуру інших.

Отже, невербальні компоненти відіграють важливу роль у процесі організації, перебігу комунікації, впливають на її результат. Несучи значну частину комунікативної інформації, вони можуть сприяти, перешкоджати або навіть унеможливити міжособистісне спілкування.