

Етичні норми ділового спілкування

*Уміння спілкуватися з людьми – це товар, який можна придбати так само, як ми купуємо чай або каву ...
Але я плачу за таке вміння більше, ніж за будь-що інше у світі”.*
Дж. Рокфелер

Культура ділового спілкування – важлива умова професійного бізнесмена

Треба враховувати, що 50-90% робочого часу менеджери, керівники витрачають на спілкування. Тому 75% американських, 63% англійських і 85% японських підприємців вважають, що неефективне спілкування є основною перешкодою на шляху успіху.

Перші наукові дослідження проблем спілкування знаходимо у давньогрецькій філософії та етиці (Сократ, Платон, Арістотель).

У XIX-XX ст. були розроблені такі теорії:

- Психологія народів (М. Лацарус, Х. Штейнталь).
- Психологія натовпу (Г. Лебон).
- Теорія інстинктів соціальної поведінки (У. МакДаугалл).
- Біхевіоризм (Е. Торндик, Дж. Уотсон).
- Теорія механізмів психологічного захисту (З. Фрейд).
- Торансакційний аналіз (Е. Берн).

Спілкування – це складний процес установалення і розвитку контактів між людьми, який передбачає обмін інформацією, вироблення власної позиції, сприйняття і розуміння людьми один одного.

Основними *функціями спілкування* є: контактуюча, інформативна, координуюча, спонукальна.

Аспектами спілкування є: комунікативний, інтерактивний, перцептивний.

Рівнями спілкування є: індивідуальне, групове, масове.

Методами спілкування є такі: монолог, діалог, бесіда, дискусія, співбесіда та ін.

Засобами спілкування є: вербальні (мовні), невербальні (міміка, жести, пози).

Типами спілкування є: ритуальне, розважальне, ділове, маніпулятивне, ігрове, духовне тощо.

Ділове спілкування – це спілкування, змістом якого є «справа» з приводу якої і відбувається комунікативний процес, організація та оптимізація того чи іншого виду діяльності.

Установити контакт можна, якщо вони:

- є значущими один для одного особами;
- сприймають спілкування як продуктивне співробітництво;
- володіють культурою ділового спілкування.

Китайський філософ Конфуцій зазначав, що різні люди у своїй поведінці та спілкуванні дотримуються різних моральних норм і правил. На його думку, нерозумна людина робить три помилки:

- говорить, коли не час говорити (нерозважливість),
- не говорить, коли настає час говорити (нерозважливість);
- і говорить, не помічаючи міміки (сліпота).

Культура спілкування виявляється в умінні говорити так, щоб не принижувати гідність людей. Це вміння вести переговори, йти на компроміси, втрачаючи іноді власну вигоду, але зберігаючи доброзичливі стосунки.

Помилки сприйняття викликані такими факторами:

- стереотипізація;
- фактор переваги;

- фактори привабливості;
- фактор ставлення.

Спілкування пов'язане з дією таких психологічних механізмів, як:

- ідентифікація (поставити себе на місце іншого – вчення Д. Карнегі);
- емпатія (співпереживання, співчуття, уміння увійти в середину іншої людини);
- рефлексія (можливість передбачити реакцію партнера, усвідомлення ставлення до себе).

Можна сформулювати навички перцепції.

1. Типізація з точки зору індивідуально-психологічних особливостей на підставі фізичних відмінностей (Кречмер, Шелдон, Павлов).
2. Розподіл за темпераментом (сангвінік, холерик, флегматик, меланхолік).
3. За Юнгом: екстраверти та інтроверти.
4. За Мертоном: конформістський та експлуататорський тип).
5. Типізація Я. Л. Морено: «зірки» – неформальні лідери, ізольовані члени групи.
6. За способом мислення (аналітичний, цілеспрямований, емоційний, гармонійний).
7. Типізація П. Міцича (9 типів співрозмовників – «не дуже розумна людина», «статечна людина», «всезнайко», «базікало», «байдужа людина», «велике цабе», «чомучка»).
8. Типізація Дж. Ягер («чванько», «майстер усе вирішувати», «розвідник», «наставник», «хвалько», «базікало», «маніпулятор», «ударник», «домашній психолог», «щасливчик», «домашній психолог», «нитик»).

Наведені класифікації умовні. Треба також ураховувати вік на стать людини.

Бар'єри спілкування та шляхи їх подолання

На шляху до взаєморозуміння є багато бар'єрів. Їх треба своєчасно розпізнавати, попереджати й долати.

Бар'єр спілкування – це внутрішня перешкода психологічної природи, що заважає людині успішно спілкуватися.

Існування бар'єрів призводить до почуття незадоволеності, до непорозумінь, конфліктів.

Причини виникнення бар'єрів такі:

- Недостатня увага до релігійних, професійних та вікових розбіжностей.
- Стиль, контекст та підтекст повідомлення.
- Мова спілкування (мови різних народів, різних соціальних груп; місцеві діалекти, молодіжний сленг, грабіжний жаргон тощо).

У психолінгвістиці, соціології, рекламі використовують метод семантичного диференціювання, який дозволяє аналізувати, як сприймаються певні словосполучення, та програмувати відповідну реакцію на них.

Механізм такого вербального впливу на поведінку й установки людини лягли в основу розробленої у 1975-1979 рр. Д. Гріндером та Р. Бендлером (США) нейролінгвістичного програмування (НЛП). НЛП – це психологічна технологія, яка сприяє правильній організації спостереження в ситуаціях спілкування.

Причини виникнення бар'єрів у спілкуванні:

- Бар'єр першого враження.
- Негативні емоції.
- Визначення соціальних ролей (керівник-підлеглий, батько- дитина).
- Непідступність та однобокість (характеризує обмеженість людини).

Засоби спілкування

Особливості сприйняття інформації:

Задумано 100%

Набуло словесної форми та виказане – 80%

Почуте 70%

Зрозуміле 60%

Залишилося в пам'яті 60%

Мовне спілкування або **вербальна комунікація** – це спілкування, коли як знакову систему використовують мову, словесні засоби.

Висловлювання, що не зорієнтовані на співрозмовника – це *монолог*.

При цьому сума втрат інформації – 50%

Діалог – це найбільш ефективне спілкування (риторика).

Ділове спілкування – процес розмови з одним співрозмовником або з групою людей. Етапи спілкування зображено на рис. 2.1.

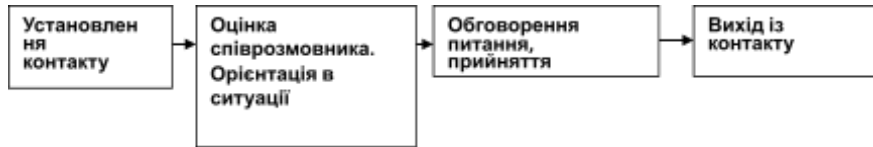


Рис. 2.1. Етапи спілкування.

Кожному з етапів відповідає характерний прийом, який потрібно знати і вміло використовувати.

Культура мовного спілкування має дві складові: культуру мовлення та культуру слухання.

Культура мовлення – це знання складових комунікативного акту та вміння їх застосовувати для переконливого впливу, для передачі інформації та формування відповідних установок, позицій, думок.

Культура слухання – це активна діяльність, яка передбачає як уміння мовчати, так і вміння використовувати вербальний зв'язок із співрозмовником для досягнення взаєморозуміння і розв'язання комунікативної проблеми (не рефлексивне та рефлексивне слухання).

Слухання – це не просто мовчання, це своєрідна діяльність.

Розрізняють два види слухання: не рефлексивне та рефлексивне (є 4 прийоми: з'ясування, перефразування, відбиття почуттів, резюмування).

Культура мовлення пов'язана з мовним етикетом, тобто з правилами привітання, знайомства тощо. Ознака нашого часу – багатослівність.

Ділове листування (писемна мова) є засобом спілкування відправника та отримувача кореспонденції.

Від підготовки та оформлення ділового листа залежить рівень спілкування та досягнення успіху в бізнесі.

Основні види ділових листів у сфері бізнесу: лист-повідомлення; лист-нагадування; інформаційні листи; циркулярні листи; лист-підтвердження; лист-відповідь; супровідний лист; лист-договір; лист-запрошення; гарантійний лист; лист-прохання.

Загальноприйнятими правилами оформлення ділової кореспонденції є такі.

1. Службові листи пишуть на спеціальних бланках чи на чистих аркушах паперу.
2. У міжнародній кореспонденції, якщо лист займає більше сторінки, то в кінці слід писати «далі буде».
3. Кожна сторінка, крім першої, нумерується арабськими цифрами.
4. У тексті недопустимі підчищення, виправлення.
5. Олівцем ставлять резолюції на вхідній кореспонденції, а резолюції на окремих аркушах паперу – підколюють.
6. Листи згортають текстом усередину, або зовсім не згинають.
7. Підпис на листівці ставлять лише на офіційному привітанні.

Невербальні засоби спілкування – сукупність позамовних елементів, що супроводжують спілкування та беруть участь у передаванні інформації.

Невербальні засоби поділяють на такі групи:

I. Просодіка:

- звучання мови (мелодійність; краса);
- інтонація (мелодика, інтенсивність або сила звучання, тривалість або швидкість мовлення, паузи; тембр мовлення – наприклад, “так” – згода, захоплення, сумнів і та ін.).
- голос – складова харизми особистості.

II. Кінестетичні – сукупність міміки, жестів, поз.

Дослідження мімічного вираження емоцій почалися ще більше 100 років тому. Однією з перших була робота Ч. Дарвіна «Вираження емоцій у людини й у тварини» (1872). Гіпотеза Дарвіна полягала в тому, що мімічні рухи утворилися з корисних дій, тобто те, що зараз є мімічним вираженням емоцій раніше було реакцією з визначеним пристосувальним значенням.

Вчені виділяють 3 фактори, що впливають на формування мімічного вираження емоцій:

1. Вроджені видотипові мімічні схеми, що відповідають визначеним емоційним станам.
2. Заучені, соціалізовані засоби прояву почуттів, що підлягають довільному контролю.
3. Індивідуальні експресивні особливості, що додають видовим і соціальним формам мімічного вираження специфічні риси, властиві тільки даному індивіду.

Міміка має дуже велике значення в практиці людської взаємодії. Саме обличчя співрозмовника завжди притягує наш погляд. Вираз обличчя забезпечує постійний зворотний зв'язок: по ньому ми можемо судити, зрозуміла нас людина чи ні, чи хоче вона щось сказати у відповідь. Міміка свідчить про емоційні реакції людини.

У практиці взаємодії виділяють кілька основних жестів, що відображують внутрішній стан людини. По-перше, у них відображається стан організму і безпосередні емоційні реакції. Це дозволяє судити про темперамент людини (сильні чи слабкі в нього реакції, швидкі чи уповільнені, інертні чи рухливі).

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

По-третє, у позі і жестах виявляються культурні норми, засвоєні людиною. Наприклад, 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.

Жести відкритості свідчать про щирість і бажання говорити відверто. До цієї групи знаків належать жести «розкриті руки» і «розстібання піджака». Жести підозрілості і скритності свідчать про недовіру до вас, сумнівів 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 скритності – непогодженість жестів. Якщо ворожа стосовно вас людина, що захищається, посміхається, то це означає, що вона за штучною посмішкою намагається навмисне сховати свою нещирість.

Жести і пози захисту є знаком того, що співрозмовник почуває небезпеку або погрозу. 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 уникати від обговорення. Потрібно також урахувати й те, що цей жест впливає на поведінку інших людей. Якщо в групі з чотирьох чи більше людей ви схрестили руки в захисній позі, то незабаром можна чекати, що й інші члени групи підуть за вашим прикладом. Правда, цей жест може означати просто спокій і впевненість, 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 і рухи, ніби пропонуючи співрозмовнику піти по

вашому прикладу. Якщо це не допомагає, то слід постаратися перемінити тему розмови.

Жест, коли кисті схрещених рук обхоплюють плечі (іноді кисті рук впираються в плечі так міцно, що пальці стають білими), позначає стримування негативної реакції співрозмовника на вашу позицію із обговорюваного питання. Цей прийом використовується, коли співрозмовники полемізують, намагаючись будь-що переконати один одного в правильності своєї позиції, причому нерідко супроводжується холодним, ледве прищуленим поглядом і штучною посмішкою. Такий вираз обличчя означає, що ваш співрозмовник на межі, і якщо не прийняти оперативних мір, що знижують напруженість, то може відбутися зрив.

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 відношення (схрещені руки), другий – про почуття переваги, вираженому великими пальцями рук. Співрозмовник, що застосовує цей жест, звичайно підграє одним чи обома пальцями, а при положенні стоячи характерно погойдується на підборах. Жест із використанням великого пальця виражає також глузування чи неповажне ставлення до людини, на яку вказують великим пальцем як би через плече.

Жести міркування й оцінки відбивають стан замисленості і прагнення знайти рішення проблеми. Замислене вираження обличчя супроводжується жестом «рука біля щок». Цей жест свідчить про те, що вашого співрозмовника щось зацікавило.

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

Жести сумніву і непевності найчастіше зв'язані з почісуванням вказівним пальцем правої руки під мочкою вуха бічної частини шиї (звичайно робиться декілька таких 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 торкати чи потирати ніс. Правда, тут варто зробити застереження: іноді люди потирають ніс тому, що він просто свербить. Однак ті, хто потирає ніс, звичайно роблять це енергійно, а ті, для кого це служить жестом, лише злегка його потирають.

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

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

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

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

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 і намагається взяти себе в руки. Цікаво, що чим більше сердить людину, тим вище пересувається її рука по спині. Саме від цього жесту пішов вираз «взьми себе в руки». Це поганий жест, бо він використовується для того, щоб сховати свою нервозність, і спостережливий партнер по переговорах напевно 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 витіснення, 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 кожний з цих жестів виявляється під час розмови, то варто брати ініціативу у свої руки і першим запропонувати закінчити бесіду. Це дозволить вам зберегти психологічну перевагу і контролювати ситуацію.

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

Сукупність жестів. Однією з найбільш серйозних помилок, що можуть допустити новачки в справі вивчення мови тіла, є прагнення виділити один жест і розглядати його ізольовано від інших жестів та обставин. Наприклад, почісування потилиці може означати тисячу речей – лупа, виділення поту, непевність та ін.

Як і будь-яка інша мова, мова тіла складається зі слів, пропозицій і знаків пунктуації. Кожен жест подібний одному 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 і порівняти їх зі словесними пропозиціями що говорять.

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

Положення в суспільстві та багатство жестикуляції. Наукові дослідження в галузі лінгвістики показали, що існує пряма залежність між соціальним статусом, владою, престижем людини і її словниковим запасом. Інакше кажучи, чим вище соціальне чи професійне положення людини, тим вища його здатність спілкуватися на рівні слів і фраз. Дослідження в області невербалики виявили залежність між красномовністю людини і ступенем жестикуляції, яка використовується людиною для передачі змісту своїх повідомлень. Це означає, що існує пряма залежність між соціальним станом людини, його престижем і кількістю жестів і рухів, якими вона користується. Людина, що знаходиться на вершині соціальних сходів чи сходів професійної кар'єри, може користуватися багатством свого словникового запасу в процесі комунікації, у той же час як людина менш реалізована професійно буде частіше покладатися на жести, а не на слова в процесі спілкування.

Швидкість деяких жестів і їхня очевидність для ока залежить від віку людини. Наприклад, якщо 5-літня дитина скаже неправду своїм батькам, то відразу ж після цього вона прикриє однією чи обома своїми руками рот. Цей жест "прикривання рота рукою" підкаже батькам про те, що дитина сказала неправду. Протягом усього свого життя людина використовує цей жест, коли говорить неправду, але, зазвичай змінюється тільки швидкість здійснення цього жесту. Коли підліток говорить неправду, рука прикриває рот майже так само, як і в п'ятирічної дитини, але тільки пальці злегка обводять лінію губ. Це жест прикривання рукою рота стає більш витонченим у дорослому віці. Коли доросла людина говорить неправду, її мозок посилає їй імпульс прикрити рот, у спробі затримати слова обману, як це робиться п'ятирічною дитиною чи підлітком, але в останній момент рука ухиляється від рота і народжується інший жест – дотик до носа. Такий жест є ні що інше, як удосконалений дорослий варіант того ж жесту прикривання рота рукою, що був присутній у дитинстві. Це приклад того, що з віком жести людей стають менш помітними і більш завуальованими, тому завжди складніше зчитати інформацію 50-річної

людини, ніж молодії.

Можливість підробити мову рухів. Найбільш типовим питанням є «Чи можлива підробка у власній мові тіла?» Зазвичай відповідь на це питання негативна, тому що вас видає відсутність конгруентності між жестами, мікросигналами організму і сказаними словами. Наприклад, розкриті долоні асоціюються з чесністю, але, коли ошуканець розкриває вам свої обійми і посміхаються вам, одночасно говорячи неправду, мікросигнали його організму видають його потаємні думки. Це можуть бути звужені зіниці, піднята брова чи скривлення куточка рота, і всі ці сигнали будуть суперечити розкритим обіймам і широкій посмішці. У результаті реципієнт схильний не вірити тому, що він чує. Здається, начебто в людському мозку є запобіжний прилад, що «зашкалює» щоразу, як тільки він реєструє неконгруентні невербальні сигнали.

Існують, однак, випадки, коли мові тіла спеціально навчають для досягнення сприятливого враження. Але навіть досвідчені фахівці можуть імітувати потрібні рухи тільки протягом короткого періоду часу, оскільки незабаром організм мимоволі передає сигнали, що суперечать його свідомим діям. Багато політиків є досвідченими фахівцями в області копіювання мови тіла і використовують це для того, щоб домогтися розташування своїх виборців і змусити їх повірити своїм словам. Про тих політичних діячів, які успішно це проробляють, говорять, що в них є «божий дарунок». Обличчя частіше, ніж будь-яка інша частина людського тіла використовується для приховання помилкових висловлень. Ми посміхаємося, киваємо головою і підморгуємо в спробі сховати неправду, але, на жаль, для нас наше тіло своїми знаками говорить щирішу правду, і спостерігається невідповідність між сигналами, що зчитуються з обличчя і з тіла, і словами. Вивчення виразу обличчя є мистецтвом саме по собі.

III. Правила просторової організації (дистанція).

Розміри особистої просторової території людини середньо забезпеченого соціального рівня в принципі однакові незалежно від того, чи проживає він у 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 цю зону 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 понад інтимна зона.

2. Особиста зона (від 46 см до 1,2 метра).

Це відстань, що звичайно розділяє нас, коли ми знаходимося на коктейль-вечірках, офіційних прийомах, офіційних вечорах і дружніх вечірках.

3. Соціальна зона (від 1,2 до 3,6 метрів).

На такій відстані ми тримаємося від сторонніх людей, наприклад, водопровідника чи електрика, що прийшов з метою ремонту нашого будинку, листоноші, нового службовця на роботі і від людей, яких не дуже добре знаємо.

4. Суспільна зона (більше ніж 3,6 метри).

Коли ми адресуємося до великої групи людей, то зручніше за все стояти саме на цій відстані від аудиторії.

Скупченість людей на концертах, у кінозалах, на ескалаторах, у транспорті, ліфті призводить до неминучого вторгнення людей в інтимні зони один одного і цікаво спостерігати реакцію людей на ці вторгнення.

Існує ряд неписаних правил поведінки західної людини в умовах скупченості людей, наприклад, в автобусі чи ліфті. Це такі правила:

1. Ні з ким не дозволяється розмовляти, навіть зі знайомими.
2. Не рекомендується дивитися в упор на інших.
3. Обличчя повинне бути зовсім відстороненим – жодного прояву емоцій не дозволяється.
4. Якщо у вас у руках книга чи газета, ви повинні бути цілком занурені в читання.
5. Чим тісніше в транспорті, тим стриманіше повинні бути ваші рухи.
6. У ліфті варто дивитися тільки на покажчик поверхів над головою.

Незнання культурно обумовлених розходжень в інтимних зонах різних людей може легко призвести до непорозуміння

і неправильних суджень про поведінку і культуру інших.

2.1. Культура публічного виступу

Етапи підготовки і проведення публічного виступу

Публічний виступ – це усне монологічне висловлення з метою досягнення впливу на аудиторію. У сфері ділового спілкування найбільш часто використовуються такі жанри, як доповідь, інформаційна, привітальна і торгова промова. В основі класичної схеми ораторського мистецтва лежить 5 етапів:

- 1) добір необхідного матеріалу, змісту публічного виступу (*inventio* – «винахід»);
- 2) складання плану, розподіл зібраного матеріалу в необхідній логічній послідовності (*dispositio* – «розташування»);
- 3) «словесне вираження», літературна обробка мови (*elocutio*);
- 4) запам'ятовування тексту (*memoria* – «пам'ять»);
- 5) проголошення (*pronuntiatio*).

Сьогодні в ораторській діяльності виділяють 3 основних етапи: докомунікативний, комунікативний і посткомунікативний (Див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Основні етапи ораторської діяльності		
Докомунікативний	Комунікативний	Посткомунікативний
1. Визначення теми і мети виступу	1. Проголошення промови	1. Аналіз промови
	2. Відповіді на запитання	
2. Оцінка аудиторії й обстановки	3. Ведення полеміки	
3. Добір матеріалу		
4. Створення тексту		
5. Репетиція		

Антична риторика винятково велике значення надавала підготовці публічного виступу (це чотири з п'яти етапів наведеної схеми). Греки говорили, що промови Демосфена промашені олією нічної лампади, при світлі якої він їх складав.

Підготовка до будь-якого ораторського монологу починається з визначення його теми і мети. Тему визначає або сам автор, або ті, хто запрошує його виголосити промову. Назва виступу повинна бути зрозумілою, чіткою, по можливості короткою. Вона повинна відображувати зміст промови і привертати увагу слухачів (Наприклад: «Чи потрібні нам атомні електростанції?», «Стан охорони праці і техніки безпеки», «Про підготовку до проведення сертифікації виробів»). При розробці порядку денного для нарад необхідно особливу увагу звертати на формулювання тем доповідей і повідомлень. Теми повинні орієнтувати людей на участь в обговоренні конкретних проблем. Тому доцільно «розшифровувати» пункт порядку денного «Різне» – людина буде мати можливість заздалегідь підготувати і продумати свій виступ. Деякі промови не мають назв: привітальна, мітингова й інші.

Починаючи розробку тексту, необхідно визначити мету виступу. Оратор повинен ясно уявляти, якої реакції він домагається. Основні цілі публічного монологу – повідомлення і вплив. Оратор може поставити завдання інформувати слухачів, дати певні відомості. Чи він розраховує схвалювати аудиторію, сформувані у людей переконання, уявлення, що стануть мотивами їхньої поведінки, тобто закликає до якихось дій. Часто ці завдання перехрещуються, поєднуються в одному виступі. Свої прагнення і завдання варто повідомити слухачам.

Важливо оцінити склад майбутньої аудиторії. Хайнц Леммерман – автор підручника з риторики – закликає заздалегідь настроїтися на своїх слухачів, поставити себе на їхнє місце, «побачити речі їх очима». Необхідні дані про тих, на кого розрахована промова – це: освітній рівень, напрямок освіти (гуманітарна, технічна ...), пізнавальні інтереси, стать, вік, ставлення до теми і до оратора.

Завжди легше говорити, звертаючись до однорідного (гомогенного) складу (дилетанти, фахівці, колеги, студенти, люди однакових політичних поглядів та ін.). Що однорідніша аудиторія, то більш передбачена реакція на виступ. Звертаючись до молоді, не можна загравати, лестити, повчати, дорікати в незнанні, некомпетентності, підкреслювати свою перевагу, ухилятися від гострих проблем і питань. Перед слухачами з високим рівнем професійної чи наукової підготовки не можна виступати, якщо немає нових поглядів, підходів до рішення проблеми, не можна допускати повтори, тривіальні судження, демонструвати свою перевагу, зловживати цифрами, цитатами, ухилятися від суті проблеми.

У неоднорідній (гетерогенній) аудиторії виголошувати промову сутужніше. Якщо публіка різна за складом, треба, по можливості, адресувати якийсь фрагмент кожній групі. Варто заздалегідь подумати про те, що сказати окремим, особливо авторитетним, важливим персонам, якщо ви знаєте, що вони прийдуть.

Необхідно також з'ясувати чисельність аудиторії. Великою кількістю слухачів складніше керувати. У переважній більшості людина легковірна, схильна до знеособлювання, не здатна до критики, бачить усе в чорно-білих фарбах, реагує на емоції. Чим більша аудиторія, тим простіше, наочніше, образніше варто говорити. Знання своїх слухачів, «прицільна» підготовка промови здобувають особливе значення під час обговорення якогось важкого питання у вузькому колі фахівців, ділових людей.

Варто довідатися, у якій обстановці буде проходити виступ – у залі, у кабінеті, чи є там кафедра, стіл, мікрофон.

Кафедра допомагає сконцентрувати увагу на ораторі, за нею треба розташовуватися вільно, невимушено, установивши і намагаючись зберігати постійну відстань у 20 – 30 сантиметрів між ротом і мікрофоном.

Проксеміка – наука про тимчасову і просторову організацію спілкування – описує способи розміщення слухачів в аудиторії. Схематично проксеміка зображена на рис. 2.2.

Треба з'ясувати також, після яких інших промов планується ваш виступ. Адже кожна наступна промова повинна бути цікавішою за змістом і формою, ніж попередня.

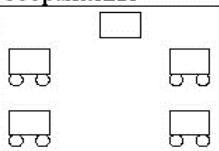
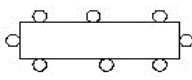
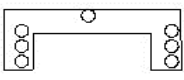
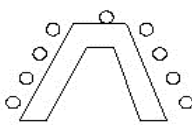
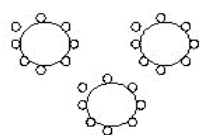
Спосіб	Схематичне зображення	Коментарі
1. Аудиторне розміщення		Відокремлює оратора від аудиторії. Зворотний зв'язок ускладнений. Велике число учасників
2. «Конференція»		Офіційно. За субординацією. Може викликати конфронтацію, протистояння думок
3. «Підкова»		Сприяє взаємодії. Сприяє взаємодії. Доступний візуальний контакт. Гарні можливості контролю
4. «V» – подібне розташування		Дозволяє створити атмосферу співробітництва між співрозмовниками при вкритій ролі оратора
5. «Круглий стіл»		Поєднує людей, демократизує атмосферу обговорення проблем.
6. «Кабаре»		Для роботи маленькими групами. Можливі труднощі фокусування уваги

Рис. 2.2. Способи розміщення слухачів в аудиторії.

Наступна стадія докомунікативного етапу – «кодування» – складання тексту – починається з добору матеріалу. Щоб виступ вийшов змістовним, краще використовувати не одне джерело, а декілька. Джерела матеріалу поділяються на групи:

1. *Безпосередні* – матеріали, здобуті автором з життя шляхом спостережень, власного досвіду:
 - а) знання, практика;
 - б) особисті контакти, бесіди, інтерв'ю;
 - в) уява – уявне створення нових картин, образів, проектів на основі минулого досвіду з елементами творчості.
2. *Опосередковані*:
 - а) офіційні документи;
 - б) наукова і науково – популярна література; в) художня література;
 - г) статті газет і журнали;
 - д) передачі радіо і телебачення;
 - е) довідкова література: енциклопедії, словники; ж) результати соціологічних опитувань.

«Живий» досвід завжди добре сприймається слухачами, він переконливий і йому вірять.

Матеріал публічного виступу може бути теоретичним і фактичним. Насиченість промови тим чи іншим типом матеріалу залежить від жанру. Так, у звітній доповіді потрібно наводити безліч фактів, щоб довести положення і переконати слухачів. Матеріал виступу повинен бути достовірним. Попередньо перевіряють точність інформації, цифр, дат, цитат, імен.

Систематизуючи матеріал, оратор створює план, продумує композицію, логіку викладу, складає і редагує текст.

Підготовка письмового тексту має багато переваг. Написану промову можна перевіряти, виправляти; вона легше запам'ятовується і довше утримується в пам'яті. Писати треба на окремих аркушах, на одній стороні. Досвідчений оратор може обмежитися складанням тез, чи конспекту розгорнутого плану виступу.

Репетиція – проголошення тексту думкою або вголос, краще перед дзеркалом. Треба знайти таку позу, у якій ви відчуваєте себе легко і зручно, і постаратися її запам'ятати; вивчити обличчя – розправити нахмурені брови, мімічні

зморшки, що набігають на чоло; продумати жести, прийоми встановлення контакту. Досвід показує, що на 3 хвилини виступу витрачається 20 – 25 хвилин підготовки. Якщо виступ ретельно розроблений, то в момент зустрічі зі слухачами оратор буде триматися впевнено.

Існує три способи виголошення промови:

- 1) читання тексту;
- 2) відтворення по пам'яті з читанням окремих фрагментів (з опорою на текст);
- 3) вільна імпровізація (експромт).

Читають ті промови, від тексту яких не можна відступити: дипломатичні, урочисті, доповіді й співповіді офіційного змісту. Інші види, як правило, вимовляють з опорою на письмову основу. Досить опустити погляд на сторінку, щоб відновити хід викладу, знайти потрібну цифру та ін. Такий виступ створює враження вільного володіння матеріалом, дає можливість оратору впевнено спілкуватися зі слухачами. У доповідача, однак, не завжди є можливість попередньо підготувати текст. Іноді на нарадах, засіданнях, зборах, зустрічах доводиться виступати експромтом. При цьому потрібна велика мобілізація пам'яті, енергії, волі. Імпровізація можлива тільки на базі великих знань, володіння риторичними навичками.

Після виступу оратор часто відповідає на запитання слухачів, полемізує з ними. Така форма спілкування жадає від оратора швидкої реакції, доброзичливості, володіння гумором. Відповідь доповідача призначається не тільки опоненту, але і всім присутнім.

Методика ораторського мистецтва рекомендує не квапитися з відповіддю, а спочатку переконатися, що питання правильно зрозуміле; відповідати лаконічно, ясно і не давати необґрунтованих чи сумнівних відповідей; мати під рукою довідковий матеріал для тих, хто хоче одержати більш докладне обґрунтування ваших припущень.

Установлення контакту з аудиторією

Найвищий прояв майстерності публічного виступу – це контакт зі слухачами, тобто спільність психічного стану оратора й аудиторії. Це виникає на основі спільної розумової діяльності, подібних емоційних переживань. Ставлення оратора до предмета промови, його зацікавленість, переконаність викликають у слухачів відповідну реакцію. Як говорить прислів'я, слово належить наполовину тому, хто говорить, і наполовину тому, хто слухає. Головні показники взаєморозуміння між комунікантами – позитивна реакція на слова доповідача, зовнішнє вираження уваги у слухачів (їхня поза, зосереджений погляд, вигуки схвалення, посмішки, сміх, оплески), «робоча» тиша в залі. Контакт – величина перемінна. Він може бути повним (зі всією аудиторією) і неповним, стійким і хитким у різні фрагменти проголошення промови.

Щоб завоювати аудиторію, треба установити з нею і постійно підтримувати зоровий контакт. Виступаючий зазвичай повільно обводить поглядом слухачів.

Перед початком промови витримують невелику психологічну паузу – 5 – 7 секунд.

Якби не цікава була тема, увага аудиторії згодом притупляється. Її необхідно підтримувати за допомогою таких ораторських прийомів:

- *Прийом «питання – відповіді».* Оратор ставить питання і сам на них відповідає, висуває можливі сумніви і заперечення, з'ясовує їх і доходить певних висновків.
- *Перехід від монологу до діалогу (полеміки)* дозволяє залучити до процесу обговорення окремих учасників, активізувати тим самим їхній інтерес.
- *Прийом створення проблемної ситуації.* Слухачам пропонується ситуація, що викликає питання: «Чому?», що стимулює їхню пізнавальну активність.
- *Прийом новизни інформації, гіпотез* змушує аудиторію припускати, міркувати.
- *Опора на особистий досвід, думки,* що завжди цікаві слухачам.
- *Показ практичної значимості інформації.*

Використання гумору дозволяє швидко завоювати аудиторію. Короткий відступ від теми дає можливість слухачам

«відпочити».

Уповільнення з одночасним зниженням сили голосу здатне привернути увагу до відповідальних місць виступу (прийом «тихий голос»).

Дієвим засобом контакту є спеціальні слова і вислови, що забезпечують зворотний зв'язок. Це особові займенники 1 і 2 особи (я, ви, ми, ми з вами), дієслова у 1 та 2 особи (спробуємо зрозуміти, обмовимося, відзначимо, прошу вас, відзначте собі, подумайте, конкретизуємо й ін.), звертання (шановні колеги, дорогі мої), риторичні запитання (Ви хочете почути мою думку?). Перераховані речові засоби контакту допомагають перебороти «бар'єр», служать об'єднанню оратора зі слухачами.

Поза, жести, міміка оратора

Поза, жести, міміка – приналежність індивідуального стилю. Ці елементи кінетичної системи спілкування діють на зоровий канал сприйняття, акцентують увагу на змісті інформації, що надходить слуховим каналом, підвищують емоційність і тим самим сприяють кращому засвоєнню висловлених думок. На думку психологів, мова на 25% сприймається зоровим шляхом.

Оратор повинен домогтися відчуття стійкості, рівноваги, легкості, рухливості і природності на трибуні, перед аудиторією. Вигляд людини, що тривалий час стоїть нерухомо, стомлює слухачів. Під час тривалої доповіді досвідчений доповідач змінює позу. Крок уперед у потрібний момент підсилює значимість того чи іншого місця промови, допомагає зосередити на ньому увагу. Відступаючи назад, оратор ніби дає аудиторії можливість «відпочити» і потім переходить до іншого положення промови. Не варто ходити, пересуватися у різні боки під час виступу.

Майстерність оратора виявляється в посиленні впливу жестом, мімікою. Зайва віртуозність не прикрашає мовця і викликає іронію, ворожість. Від жестів значимих, котрі сприяють успіху промови, необхідно відрізнити безглузді, механічні (струшування головою, поправлення волосся, одягу, вертіння ручки й ін.). Стверджують, що кращий жест той, на який не зважають слухачі, тобто який органічно зливається зі змістом промови. В ораторському мистецтві використовуються:

Ритмічні жести. Вони підкреслюють логічний наголос, уповільнення і прискорення промови, місце пауз. Наприклад, уповільнений рух вправо при проголошенні фрази «Говорить, наче воду цідить».

Емоційні передають відтінки почуттів (стиснутий кулак, овальний рух руки, «рука, що відрубуює» фразу).

Вказівні рекомендується використовувати в окремих випадках, коли є предмет, наочне приладдя, на які можна вказати.

Образотворчі наочно представляють предмет, показують його (наприклад кручені сходи).

Символічні несуть певну інформацію. До цієї групи належать жест категоричності (шабельне відмахування пальцями правої руки), жест протиставлення (руки виконують у повітрі рух «там і тут»), жест роз'єднання (долоні розкриваються в різні сторони), жест узагальнення (овальний рух двома руками одночасно), жест об'єднання (пальці чи долоні рук з'єднуються).

Про важливість жестикуляції, свідчить той факт, що в риториках, починаючи з античних часів, їй присвячувалися спеціальні розділи.

Основним показником почуттів мовця є вираз обличчя. Міміка оратора стимулює емоції аудиторії, здатна передати гаму переживань: радість і скорботу, сумнів, іронію, рішучість... Вираз обличчя повинен відповідати характеру промови. У гарного оратора «обличчя говорить разом з промовою». Обличчя і весь зовнішній вигляд виступаючого повинні виражати доброзичливе і навіть дружнє ставлення. Аудиторія не любить сердитих чи байдужих.

Аналіз промови оратора

Після ораторського виступу необхідний аналіз. Перш за все для того, щоб знайти, виділити і врахувати допущені недоліки.

Схему аналізу промови можна представити як відповіді на такі питання.

- Яка тема виступу? Чи досягнута його мета? Чи підходить тема аудиторії, чи викликає інтерес?
- Який матеріал використаний у тексті виступу?

- Яка композиція промови? Які методи викладу матеріалу використовуються?
- Логічна чи доказова промова?
- Чи відповідає промова критеріям правильності, точності, виразності, багатства мовлення?
- Який спосіб виголошення промови?
- Чи дотримувався оратор вимоги техніки мовлення?
- Який зовнішній вигляд оратора, чи доречні жести і міміка? Наскільки вільно він тримається перед слухачами?
- Чи встановлений контакт з аудиторією? За допомогою яких засобів? Визначте, до якого речового типу належить оратор.

Типи ораторів

Можна виявити індивідуальні речові типи.

Раціонально-логічний. Оратори цього типу схильні до аналізу явищ, до міркувань і строгої аргументації своїх і чужих учинків. Їхня підготовка до будь-якого виступу відрізняється послідовним добором і суворою систематизацією матеріалів, обмірковуванням і розробкою докладного плану. Цей план ніби «сидить у них усередині», і оратори під час виступу не користуються ним. Їх часто турбує інше: як зробити свою промову більш яскравою, емоційною, які дібрати приклади, щоб зацікавити аудиторію.

«Логіками» найчастіше бувають сангвініки.

Емоційно-інтуїтивний. Представники цього типу говорять жагуче, захоплено, пересипаючи свою промову гострими словами, каламбурами, але не завжди можуть устежити за твердою логічною послідовністю промови і

«звести кінці з кінцями». План своїх виступів пишуть не завжди, вважаючи, що він їх сковує. Спостерігається збіг емоційного речового типу з холеричним темпераментом.

Філософський. Оратори – «філософи» більш-менш емоційні, схильні до аналізу, іноді бувають дуже організовані у своїй роботі, а іноді без усякої видимої організації розкривають яке-небудь одне питання, добираються до кореня, і раптом, як променем світла, опромінюють усе знайденою ідеєю. Їхня загальна риса – прагнення до дослідження, глибокого осмислення явищ прямо на очах у слухачів, бажання й уміння втягнути в цей процес аудиторію. Найчастіше дану групу складають люди флегматичного темпераменту.

Ліричний, чи художньо-образний. Глибока емоційність, ліризм, внутрішнє хвилювання, гостра вразливість, проникливість – риси, характерні для цього типу. Найчастіше в основі його – характер витончений, меланхолійний.

Доповідь – це розгорнуте повідомлення з певної теми з метою сформулювати думку слухачів про порушені питання, визначити характер подальших практичних дій. У доповіді дається аналіз проблеми, наводяться відомості, ставляться завдання, даються рекомендації й оцінки діяльності колективу. У звітній доповіді характеризуються результати роботи підприємства чи організації за певний період, а також формуються перспективи розвитку.

Промова – це вид публічного виступу, у якому здійснюються короткі повідомлення на службових нарадах, у ході дискусії, на урочистих зустрічах, презентаціях. Промова відрізняється від інших жанрів концентрацією ряду якостей: емоційністю, чіткістю постановки проблем, насиченістю, конкретністю, дієвістю, а також стислими часовими межами.

Промови поділяють за видами.

Інформаційна промова (повідомлення) звучить на нараді. Звичайно це актуальне повідомлення, що дає нове уявлення про розглянутий предмет чи явище, гіпотезу розв'язання проблеми.

Привітальна промова може бути присвячена ювілею особи, організації, зустрічі делегації, врученню нагороди, початку роботи конференції, пам'ятній даті тощо. Головна задача цієї промови – створити піднесений, святковий настрій, надихнути слухачів. Привітальна промова повинна бути емоційною. Оратору варто використовувати яскраві приклади, асоціації, засоби речової виразності. Привітальна промова, як правило, має таку структуру:

- 1) звертання, слова вітання;
- 2) коротка характеристика події;
- 3) успіхи і досягнення, перспективи;
- 4) побажання.

На презентаціях, зборах виголошують *торгову промову*. Історія її виникнення пов'язана до закликів глашатаїв, що ходили по вулицях давніх Афін і повідомляли про продаж рабів, худоби, виробів. Відомі також старі жанри усної реклами Київської Русі – закликання, вигуки, гострослів'я. У них як засіб залучення уваги використовувалися римування і речова гра. Серед вуличних торговельників – балакунів у містах особливо виділялися продавці газет і книг. Цікаво, що у наш час усна торгова реклама повертається. На вулицях сучасних населених пунктів все частіше звучать голоси людей, що розхвалюють товар, закликаючи покупців.

Мета торгової промови – спрямований вплив на увагу, пам'ять, емоції, пізнання, систему мотивів слухачів. Ця мета обумовлює зміст і мову рекламного тексту. У ньому яскравими словами, наочно повинні характеризуватися 2-3 найважливіші якості товару чи послуги, підкреслюватися унікальні риси, переваги, які вони дають споживачу. Доцільно говорити про результат, наводити аргументи, постійно повторюючи основні з них. Висловлення повинне бути побудоване у формі доброзичливої поради. Не можна «нав'язувати» щось аудиторії і лестити собі, поширюючи торгову інформацію про продукцію свого підприємства.