

Тема 1. Спілкування як соціальний феномен. Предмет, функції та види спілкування.

Суб'єктом ділового спілкування може бути окрема людина: керівник, колега, підлеглий. Суб'єктом ділового спілкування є також і соціальна група, яка у зовнішній взаємодії з іншими суб'єктами, впливає на поведінку кожного члена (учасника) комунікування. Її результат виявляється як комунікативна діяльність, що полягає у поглибленні поінформованості, у розвитку комунікативного процесу.

Об'єкт ділового спілкування-спільна діяльність суб'єктів спілкування. Її результат виявляється як комунікативна діяльність, що полягає у поглибленні поінформованості, у розвитку комунікативних умінь, у збагаченні комунікативного досвіду.

Спілкування – це форма психологічного взаємозв'язку людей у процесі їхньої спільної діяльності. Це взаємодія людей у процесі спільної діяльності, яка передбачає обмін інформацією, сприймання людьми один одного, обмін думками, діями.

Комунікація – це обмін та передавання складовими інформації між людьми (ідей, уявлень, інтересів, настрою, почуттів). Інформацію не лише передають, а й формують, уточнюють, засвоюють. Існують відповідні вимоги до інформації, яка функціонує у діловій сфері. Вона має бути зрозумілою, викликати довіру до передавача інформації, має передбачати оптимальний зворотний зв'язок. Комунікативний компонент спілкування сприяє збагаченню досвіду людини, нагромадженню знань, узгодженню дій.

Обмінюючись інформацією, людина може отримати суперечливі дані про якусь подію чи особу, які не може пояснити або виправдати: виникає **психологічний дискомфорт або когнітивний дисонанс**: стан дискомфорту і напруги, викликані суперечністю між протилежними знаннями однієї людини. Автором теорії когнітивного дисонансу є американський соціолог, психолог А. Фестінгер (1957). Щоб зменшити чи усунути дисонанс, людина активно уникає неузгодженої ситуації чи інформації; прагне змінити почуття, дії, пов'язані з дисонансом.

Комунікативний аспект спілкування реалізується з допомогою **вербальних і невербальних засобів**. Вони є ефективними, коли партнери у спілкуванні використовують однакові засоби для кодування та декодування інформації: «говорять однією мовою». Це сприяє порозумінню. Якщо такої єдності немає – виникають різні **комунікативні бар'єри**, мотиви, які перешкоджають спілкуванню з окремою людиною чи групою людей.

Іншою складовою спілкування є **перцепція** (лат. perception – сприймання, пізнавання) – взаємне сприймання, розуміння й оцінка партнерів у спілкуванні.

Інформація, яку отримують співрозмовники під час контактів по різних каналах, дає можливість скласти більш або менш об'єктивне враження про те, що являє собою партнер у спілкуванні, проникнути в його внутрішній світ, зрозуміти мотиви поведінки, звички, ставлення до фактів, дійсності.

Адекватний психологічний портрет суб'єкта спілкування формується залежно від об'єктивних і суб'єктивних чинників і включає в себе дію *трьох важливих механізмів сприймання людини людиною: ідентифікацію, рефлексію (інтерпретацію) і стереотипізацію.*

Перший етап у механізмі пізнання людини людиною – **ідентифікація**. Це спосіб розуміння іншої людини через усвідомлюване або неусвідомлюване уподібнення до того самого суб'єкта, який пізнає. Сутність ідентифікації полягає в тому, що в ситуаціях взаємодії партнери намагаються зрозуміти один одного, ставлячи себе на місце іншого. Так, студент добре розуміє хвилювання та поведінку іншого студента перед іспитом, закоханий – страждання того, кого спіткала невдача у коханні, взаємність.

Для визначення власної тактики в спілкуванні співрозмовникові важливо знати, як індивід, що входить з ним у контакт, сприймає його самого. Усвідомлення суб'єктом того, як його сприймає партнер у спілкуванні, має назву **рефлексії**. Рефлексія поглиблює сприймання іншої людини, оскільки дає уявлення про ставлення до себе як до суб'єкта сприймання. У процесі спілкування ідентифікація та рефлексія постають в єдності, завдяки чому забезпечується його психологічна інформативність. Дефіцит апріорних знань про психологію людей, з якими доводиться спілкуватися, не дає співрозмовникам можливості відразу визначитись з тим, як найкраще підтримувати і розвивати контакти.

Програмуючи свою комунікативну діяльність, суб'єкт намагається зрозуміти та пояснити причини, що зумовлюють дії та вчинки кожного. Пояснення вчинків іншої людини через приписування їй імовірних почуттів, намірів, думок і мотивів поведінки має назву **причиненої інтерпретації**. Тобто, мова йде про ще один механізм сприймання – про **стереотипізацію**. Це класифікація форм поведінки та інтерпретація їх причин через зіставлення зі зразками, що відповідають соціальним стереотипам. **Стереотип** – це сформований за конкретних соціальних умов образ людини, яким користуються, як штампом.

Стереотип може складатись у суб'єкта міжособистісного сприймання, як результат узагальнення власного досвіду, до якого він долучає відомості, отримані з різних джерел. Якщо стереотипізація ґрунтується на достатньо об'єктивній інформації, на основі якої робляться узагальнення, вона відображає вищий рівень пізнання людини людиною. Проте стереотипізація може бути й помилковою, й бути упередженням, коли інтерпретація фактів, на підставі яких робляться узагальнення, виявляється недостатньо аргументованою, а самі факти не вичерпують сутності стосунків.

Так, упродовж сприймання незнайомої людини важливу роль відіграє первинна інформація, яку отримує суб'єкт сприймання. Якщо у реципієнта попередньо створити відповідну установку стосовно іншої людини, то вона може відіграти вирішальну роль у сприйманні в процесі спілкування. Спрацює стереотип. Експериментально доведено, що попередня інформація, яку отримує суб'єкт сприймання, виявляється істотним підґрунтям для формування упередженості в оцінці іншої людини. В одному експерименті двом групам студентів була показана світлина однієї й тієї ж людини. У першому випадку експериментатор схаактеризував її як видатного вченого, а в другому – як злочинця. Пропонувалося за зовнішнім виглядом схаактеризувати. Перша група студентів, якій була дана інформація про «видатного вченого», повідомила, що зовнішність людини на фото свідчить про її інтелект, напружену роботу думки, доброту, зосередженість. Друга група – варіант «небезпечного злочинця» – стверджувала, що перед нею портрет жорстокої, рішучої та підступної людини. Одна й та сама деталь портрета – очі – в одному випадку тлумачились як яскраві і розумні, а в іншому – як злі та нещадні.

Стереотипи, що виникають на основі позитивних або негативних настанов, у спілкуванні виявляються у суб'єктивізмі. У спілкуванні досить поширені стереотипи, що ґрунтуються на оцінюванні зовнішності співрозмовника і зумовлюють деформовані суб'єктивні уявлення про його реальні якості. Це може завдати істотної шкоди стосункам і є небажаним явищем у роботі з людьми.

Основне завдання сприйняття – сформувати перше враження про людину. Воно здійснюється під впливом *трьох чинників* – **чинника переваги, чинника привабливості та чинника ставлення до спостерігача.**

Дія **чинника переваги** найчастіше виявляється в умовах нерівності партнерів у тій чи іншій сфері – соціальній, інтелектуальній, груповій тощо. Суть його полягає в тому, що партнери у спілкуванні схильні завжди переоцінювати різні якості тих людей, які переважають їх за якимись параметрами. Якщо ж вони мають справу з партнерами, яких вони, на їх думку, в чомусь переважають, то вони їх недооцінюють. Іншими словами, відбувається або загальне недооцінювання, або загальне переоцінювання партнера.

Чинник привабливості забезпечує реалізацію такої схеми: чим більше зовні приваблива для нас людина, тим краща вона для нас з усіх поглядів. Якщо ж людина неприваблива, то інші її якості недооцінюють.

Чинник ставлення до спостерігача регулює включення сприйняття в схему: позитивне ставлення до нас викликає тенденцію приписувати партнерові позитивні властивості та відкидати, ігнорувати негативні. І навпаки: вочевидь недоброзичливе ставлення викликає стійку тенденцію не помічати позитивного і гіперболізувати негативне.

Формування першого враження у процесі сприймання є не самоціллю, а регулятором подальшої поведінки людини у спілкуванні. Воно необхідне для того, щоб виявити головні характеристики співрозмовника і відповідно до них визначити конкретну «техніку спілкування».

У процесі спілкування можна виділити такі аспекти: **зміст, мета і засоби**. **Зміст спілкування** – інформація, яка в міжособистісних контактах передається від однієї людини до іншої. Це можуть бути відомості про внутрішній (емоційний) стан співрозмовника, про середовище, наукові та побутові знання, навички та вміння, про саму людину (її зовнішній вигляд, особливості характеру, манеру поведінки тощо). Зміст спілкування реалізується за допомогою вербального і невербального спілкування.

Мета спілкування – це обмін думками, інформацією та індивідуальним досвідом. Засоби спілкування – шляхи передавання інформації. Інформація може передаватися за допомогою органів чуття, мови та інших знакових систем. **Вербальне** (словесне) спілкування є одним із основних засобів людського спілкування, яке відбувається за допомогою мови (усної чи письмової). Володіючи мовою, люди обмінюються думками, розуміють одне одного і взаємодіють. **Невербальне** спілкування відбувається мимохіть, за допомогою міміки, жестів, поз, інтонації. Невербальні засоби передавання інформації людина засвоює раніше, ніж вербальні. Прикладом може бути спілкування з немовлям, коли воно реагує на жести, вираз обличчя, інтонацію дорослих. Для розуміння невербальних засобів спілкування необхідне спеціальне навчання.

Функції спілкування

Спілкування – багатоплановий процес, який виконує цілу низку функцій. Функціональні можливості спілкування залежать від ситуацій, змісту і мети спілкування. **Функції спілкування** (від лат. *functio* – виконання, здійснення) – це ролі й завдання, які воно виконує в процесі життєдіяльності особистості. Більшість класифікацій функцій спілкування пов'язана з обміном інформацією, взаємодією та сприйняттям людьми одне одного.

В.А. Семиченко характеризує спілкування як головну умову виживання, навчання, виховання та розвитку особистості. Вона виділяє такі функції спілкування:

контактна – встановлення комунікації як виявлення взаємної готовності прийняти та передати інформацію;

інформаційна – обмін інформацією;

спонукальна – стимул, спрямування активності на виконання певних дій;

координаційна – взаємна орієнтація на узгодження дій для спільної діяльності;

розуміння – адекватне сприйняття і розуміння стилю поведінки, взаєморозуміння;

емотивна – цілеспрямоване викликання необхідних емоцій, обмін емоціями, зміна у партнерів емоційних станів;

встановлення відносин – усвідомлення та фіксація свого місця в системі;

здійснення впливу – зміна стану, поведінки; ціннісно-мотиваційної сфери, особистісно-смыслових утворень; намірів, настанов, думок, рішень, потреб, дій, оцінок.

Функції спілкування (за Б. Ломовим): *інформаційно-комунікативна* (полягає в будь-якому обміні інформацією);

регуляційно-комунікативна (регуляція поведінки й спільної діяльності у процесі взаємодії). Завдяки спілкуванню людина здійснює регуляцію не лише

власної поведінки, а й поведінки інших людей і реагує на їхні дії, тобто відбувається процес взаємного налагодження дій;

афективно-комунікативна (регуляція емоційної сфери людини). Вона характеризує емоційну сферу людини, в якій виявляється ставлення індивіда до навколишнього середовища, в тому числі й соціального.

Функції спілкування (за С.Д. Максименком):

комунікативна – це різні форми та засоби обміну й передавання інформації, завдяки яким стають можливими збагачення дій і взаєморозуміння людей (зв'язок людини зі світом в усіх формах діяльності). Вона здійснюється за допомогою мови, є необхідною умовою наступності і розвитку, соціального та наукового прогресу людства, індивідуального розвитку особистості. Обмін інформацією, що відбувається між людьми в різних видах діяльності, забезпечується комунікативною функцією спілкування. Контакти між людьми не обмежуються лише потребами передавання інформації.

інтерактивна – взаємодія між індивідуумами, а саме обмін не тільки знаннями, ідеями, а також впливом, взаємними намаганнями, діями тощо;

перцептивна – процес сприйняття партнерами один одного, їх взаємного пізнання як основи для взаєморозуміння. Перцептивні вміння та навички виявляються в здатності визначати контекст зустрічі, розуміти настрій партнера за його вербальною та невербальною поведінкою, враховувати «психологічні ефекти» сприйняття під час аналізу комунікативної ситуації. Це пов'язано зі сприйняттям зовнішнього вигляду, дій, вчинків людини та їх тлумаченням. Спілкування є потребою людини, воно передбачає процес обміну цінностями й соціальним досвідом особистості, формує ставлення до себе, до інших людей і суспільства тощо.

ОСНОВНІ ВИДИ СПІЛКУВАННЯ

У житті кожної людини існує величезна кількість і різноманітність ситуацій спілкування, які виконують зазначені функції й класифікуються за різними ознаками.

Класифікація видів спілкування:

1. **Залежно від контингенту:** *міжособистісне спілкування* – це процес взаємодії між людьми, під час якого відбувається сприйняття, вплив на співрозмовника, виявляються психологічні особливості кожного індивіда. Цей вид спілкування забезпечує потреби людей у соціальних контактах та емоційних стосунках; *особистісно-групове спілкування* – процес взаємодії окремої особистості та групи людей; *міжгрупове спілкування* передбачає участь двох або більше груп, кожна з яких має власну позицію та цілі; *опосередковане спілкування* здійснюється за допомогою третіх осіб, телефону, комп'ютера або інших технічних засобів.

2. **Залежно від засобів спілкування:** *пряме спілкування* – полягає в особистісних контактах і безпосередньому сприйманні один одного; *непряме спілкування* – відбувається через посередників, якими можуть виступати інші люди.

3. **Залежно від спрямування:** *ділове спілкування* – це спілкування на офіційному рівні, яке забезпечує досягнення конкретних цілей виробничого

характеру; *особистісне спілкування* – зосереджене на проблемах, що складають внутрішній світ людей.

4. **За змістом спілкування** може бути: *когнітивне* – це обмін знаннями (наприклад, під час навчального процесу); *кондиційне* – це обмін психічними та фізіологічними станами, тобто певний вплив на психічні стани іншого (наприклад, бажання зіпсувати настрій партнеру); *мотиваційне* – спрямоване на передавання іншому співрозмовнику певних установок або готовність діяти певним чином; *діяльнісне* – це обмін діями, навичками, вміннями тощо.

СТИЛІ СПІЛКУВАННЯ

Індивідуальність людини у взаємодії з іншими реалізується і через стиль спілкування. Найяскравіше стиль спілкування виявляється у ділових партнерів, керівника і підлеглого.

Стиль спілкування – це індивідуальна система способів і прийомів, які використовує співрозмовник під час стосунків з іншими людьми. У кожної людини складаються певні стереотипи взаємодії з іншими, які й визначають її стиль спілкування, залежать від індивідуальних якостей особистості. Стиль спілкування тісно пов'язаний із психологічними особливостями особистості. Він не є природженою якістю, а формується і змінюється в процесі взаємодії, зумовлений культурними цінностями найближчого середовища, традиціями, усталеними нормами поведінки, отже, його можна коригувати й розвивати.

Виділяють **авторитарний, демократичний і ліберальний стилі спілкування** (за класифікацією Курта Левіна).

Авторитарний стиль. За такого стилю спілкування співрозмовник сам вирішує всі питання життєдіяльності, визначає кожну конкретну мету, виходячи лише з власних установок, суворо контролює виконання будь-якого завдання і суб'єктивно оцінює досягнуті результати. Головними формами взаємодії такого стилю спілкування є наказ, вказівка, інструкція, догана, чітка мова, короткі розпорядження.

Ліберальний (поблажливий, анархічний) стиль. Такий стиль спілкування характеризується невтручанням, відсутністю елементів схвалення чи догани, в основі якого лежить байдужість і незацікавленість проблемами, наслідком чого є втрата поваги і контролю оточення.

Демократичний стиль. Такий стиль орієнтований на розвиток активності співрозмовників, залучення кожного до вирішення спільних завдань. Цей стиль ґрунтується на повазі і довірі. *Демократичний стиль* – найбільш сприятливий спосіб організації співпраці в колективі. Під час використання цього стилю основними способами взаємодії є *заохочення, порада, інформування, координація*.

Ефективність стилів спілкування залежить від ситуацій, що виникають у процесі спілкування, та необхідності миттєвої орієнтації в них. Маючи індивідуальний стиль спілкування, кожна особистість може застосовувати різні засоби спілкування залежно від ситуації та психологічного стану на момент комунікативної взаємодії.

Тема 2. Особистісний аспект у спілкуванні: темперамент та характер

1. ВПЛИВ СПІЛКУВАННЯ НА РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ

У процесі спільної діяльності та спілкування в соціокультурному середовищі людина набуває особливої якості, яку позначають терміном «особистість». Особистістю є людина, яка має свою життєву позицію, що утвердилася внаслідок тривалої і кропіткої свідомої праці; їй притаманні свобода волі, здатність до вибору, відповідальність. Така людина не просто вирізняється завдяки тому враженню, яке справляє на інших, вона свідомо вирізняє себе з навколишнього світу. Глибина і багатство особистості зумовлені її зв'язками зі світом, з іншими людьми, уявленнями про себе. Особистість є суспільною істотою. Її можна зрозуміти, розглядаючи у зв'язках і відносинах з іншими людьми.

Проблема особистості – одна з центральних у психологічній науці. Про її складність і багатогранність свідчить навіть той факт, що сьогодні існує понад 50 визначень поняття «особистість».

Особистість – це конкретний людський індивід з індивідуально виявленими своєрідними розумовими, емоційними, вольовими та фізичними властивостями (С. Д. Максименко).

Кожна особистість має загальні, спільні риси з іншими особистостями. Але в неї є й своє, особливе, індивідуальне. Тому вона й називається особистістю. Особистість людини неповторна у своїй індивідуальності. На земній кулі немає двох людей з однаковим поєднанням психічних особливостей. Кожна людина має щось відмінне, певні риси, що відрізняє її від інших людей. Одні риси є вродженими, інші набутими через співжиття з іншими людьми та виховання. До вроджених рис людини належать інстинкти, здібності, темперамент, воля; до набутих – характер і спрямованість.

Без спілкування не може відбуватися повноцінний розвиток людини ні як особистості, ні як індивідуальності, ні як професіонала. Можна назвати низку найважливіших чинників, які роблять спілкування необхідною складовою в розвитку особистості.

Особистість у контексті спілкування реалізується на таких рівнях:

1. Спілкування – взаємовплив. Становлення та розвиток особистості за таких умов є результатом психологічного впливу одного суб'єкта на іншого у процесі взаємодії, діалогу. Спілкуючись, люди передають одне одному знання про навколишню дійсність, вміння та навички, необхідні для здійснення певного виду діяльності. У ході спілкування відбувається активізація внутрішніх особливостей і станів особистості й актуалізація складових її комунікативного потенціалу.

2. Спілкування – діяльність. Залучення професійного досвіду до практики спілкування, реалізації діяльнісної сутності спілкування, в якому особистість є його учасником, унікальною і неповторною індивідуальністю, суб'єктом діяльності. Спілкування є неодмінною передумовою розвитку в майбутнього турагента комплексу якостей, компетентностей і здібностей, які роблять його фахівцем, здатним взаємодіяти, розуміти і впливати в процесі професійної комунікативної діяльності (розвиток перцептивно-рефлексивних властивостей та емоційно-емпатійних можливостей).

3. Спілкування – обмін інформацією. Становлення особистості відбувається у процесі реалізації її комунікативних здібностей, якостей, умінь, комунікативної програми поведінки. У ході спілкування відбувається обмін цінностями, нормами, інформацією, необхідними людині для її повноцінного становлення в соціумі. Спілкування розширює загальний світогляд людини та сприяє розвитку психічних утворень, необхідних їй для життєдіяльності.

4. Спілкування – сприймання людьми одне одного. На цьому рівні виникає взаєморозуміння (непорозуміння) між учасниками спілкування.

5. Спілкування – міжособистісні відносини. Розвиток статусно-рольових характеристик індивіда, прояв соціально-психологічних стереотипів його поведінки, взаємин у колективі, вміння враховувати позиції співрозмовника.

Індивідуальність – це поєднання психічних особливостей людини, що утворюють її своєрідність, відмінність від інших людей.

Індивідуальність виявляється в темпераменті, характері, звичках, інтересах, в особливостях пізнавальних процесів: сприйманні, пам'яті, оригінальності мислення, уяві; у здібностях, своєрідності почуттів, вольовій сфері чи одразу в усіх сферах психічної діяльності. Індивідуально-психологічні чинники сприяють особливостям міжособистісного спілкування.

Оригінальність інтелекту, наприклад, розкривається у здатності бачити те, чого не помічають інші, в особливостях засвоєння інформації, тобто в умінні ставити і вирішувати проблеми. Своєрідність почуттів полягає в надмірному розвитку одного з них (наприклад, інтелектуального чи морального), у силі волі, надзвичайній мужності або витримці. Оригінальність може виявитися у своєрідному поєднанні властивостей конкретної людини, яка надає особливого колориту її поведінці та діям. Прикладом є кожен із нас, такий несхожий на інших.

У структурі особистості розрізняють типове та індивідуальне.

Типове характеризує особистість узагалі: її свідомість, активність, розумові та емоційно-вольові прояви тощо.

Індивідуальне – це те, що характеризує окрему людину: її фізичні та психологічні особливості, спрямованість, здібності, риси характеру.

Фізичні індивідуальні особливості – це конституція організму, його фізіологічні процеси. У кожному окремому організмі ці процеси відбуваються своєрідно, хоча у них є багато спільного для всіх людей, що зумовлюється походженням і розвитком людини.

Психічні індивідуальні особливості виявляються в різній швидкості реакцій, порогах чутливості, у властивостях уваги, пам'яті, спостережливості, кмітливості та інтересах.

Індивідуально-психологічні особливості – неповторна своєрідність особливостей людини. До них відносять спадкові та природжені біологічні особливості будови та функцій організму (швидкість реакції, активність, імпульсивність, нестриманість тощо).

2. ВПЛИВ ТЕМПЕРАМЕНТУ НА СПІЛКУВАННЯ

Спостерігаючи за людьми, ми помічаємо їх неповторність та індивідуальність. Це виявляється в особливостях пристосування до навколишнього середовища, виявленні почуттів до оточення чи інформації, рухливості, швидкості мовлення,

реакції на різні життєві ситуації та ін. Ці індивідуальні відмінності зумовлені темпераментом.

Темперамент (лат. *tempere* – змішувати в належних співвідношеннях, підігрівати, охолоджувати, уповільнювати, керувати) характеризує динамічний бік психічних реакцій людини – її темп, швидкість, ритм, інтенсивність (С.Д. Максименко).

Першу спробу з'ясувати, чим зумовлюються індивідуальні відмінності в поведінці людей зробив давньогрецький лікар Гіппократ (V ст. до н.е.). Він та його послідовник Гален (II ст. до н.е.) дійшли висновку, що індивідуальні відмінності визначає різне співвідношення основних видів рідини в організмі людини.

Наукове визначення основ темпераменту дав російський фізіолог І.П. Павлов, який вважав, що темперамент – це генотип, тобто природжена особливість нервової системи.

Темперамент проявляється у людини в різних обставинах і забарвлює всі психічні прояви особистості (емоції, мислення, вольові прояви): як вона говорить, як спілкується, сміється, плаче, працює, відпочиває. Властивості темпераменту більш стійкі та постійні порівняно з іншими психологічними особливостями людини.

Темперамент залежить від особливостей вищої нервової діяльності, основних процесів – збудження і гальмування – від їх співвідношення. Процеси збудження і гальмування у різних людей можуть відрізнятися за силою, рухливістю, врівноваженістю.

Класифікація темпераментів

Уперше класифікацію темпераментів визначив грецький лікар Гіппократ, поділивши всіх людей на чотири типи: сангвініки, холерики, флегматики, меланхоліки.

Сангвініки завжди готові до спілкування й емоційно розкриті відносно партнера. Їм властиві швидкі рухи, гнучкість розуму, спритність. Вони легко сходяться з новими людьми, веселі й життєрадісні, безтурботні й рухливі, швидко звикають до нових вимог і обставин. Мова їх голосна, досить емоційна, виразна, супроводжується нерізкими жестами і плавною мімікою.

Сангвініки досить швидко орієнтуються в нових обставинах життя, швидко адаптуються в новому колективі, легко контактують із незнайомими людьми. У сангвініка миролюбна поведінка, спокійне ставлення до критики.

Сангвініки активно беруться за нову справу і можуть довго працювати, не стомлюючись. Щоденна, кропітка, одноманітна робота нестерпна для них. Вони схильні до поверховості в роботі, у виконанні справ, обходять труднощі, поспішають прийняти рішення, щоб швидше позбутися турбот.

Для сангвініка характерне продумане, без особливого ризику ставлення до небезпеки, він прагне до швидкого досягнення мети з уникненням перешкод.

За спрямованістю сангвінік яскравий екстраверт. У колі своїх друзів завжди веселий та життєрадісний. Настрій у нього здебільшого оптимістичний.

Холерики мають сильний збудливий процес та слабкі гальмівні рефлекси. Швидко переходять від однієї справи до іншої, готові перебороти й дійсно переборюють будь-які труднощі на шляху до мети.

У холерика швидкі дії і він оперативно приймає рішення, швидко мислить, сприймає, говорить, запам'ятовує і довго зберігає у пам'яті матеріал. Розмовляють вони досить голосно, їх мова емоційна, яскрава, впливова, супроводжується яскраво вираженою мімікою і жестами.

Холерик характеризується неврівноваженою нервовою системою. Це виявляється у частій зміні настрою (навіть незначна подія може його змінити), емоційній нестриманості, підвищеній дратівливості. Щодо взаємин – часто різкий, прямолінійний в оцінках. Це, звичайно, значно знижує його сумісність з іншими людьми.

Холерики люблять бути в центрі уваги, здатні впливати на оточення. Часто в них спостерігається переоцінка своїх здібностей. Це типи диктаторів, старшин. Вони бойові, легко і швидко роздратовуються.

За спрямованістю холерик – екстраверт, має хороші організаторські здібності.

Флегматик – «невтомний працівник» (І.П. Павлов). Флегматики спокійні, стримані, врівноважені, не поспішають змінювати свої думки, звички, установки, вміють зосереджуватись, завжди уважні. Вони відрізняються терплячістю та витримкою. Як правило, флегматики важко сходяться з новими людьми, слабо реагують на зовнішні враження.

Вони характеризуються порівняно низьким рівнем активності поведінки, повільністю і спокійністю дій, міміки і мовлення, рівними, постійними та глибокими почуттями і настроями; у них можуть бути ускладнення з перенесенням уваги. Невдале виховання може сприяти формуванню у флегматика таких негативних рис, як млявість, слабкість емоцій, схильність до виконання лише звичних дій. Недоліком флегматика є його інертність, малорухомість.

При зіткненні з труднощами активність флегматика підвищується, він наполегливо прагне до поставленої мети. Дуже терплячий і має самоконтроль, завдяки чому досягає високої продуктивності праці. При великих неприємностях флегматик залишається спокійним.

Меланхоліки. В основі меланхолічного темпераменту лежить слабкий тип нервової системи. Меланхолік дуже швидко втомлюється. Йому потрібне спокійне, звичне оточення, за таких умов він може старанно й успішно працювати. Меланхолік схильний до сильних переживань із несуттєвих причин, дуже вразливий, із хворобливо-образливим ставленням до критики. В екстремальних умовах у меланхоліка частіше, ніж у інших типів, виникає паніка, істерична поведінка, пригнічені стани.

Для меланхоліка характерна неврівноважена поведінка. Міміка і рухи його невиразні, голос тихий. Меланхолік не любить нових знайомств і галасливих компаній. У нових умовах життя і праці орієнтується слабо. Це дуже обережна й уважна людина.

При недостатньому вихованні у меланхоліка можуть розвинути такі негативні риси, як підвищена аж до хворобливості емоційна вразливість, замкнутість, відчуженість, схильність до тяжких внутрішніх переживань за таких життєвих обставин, які на це не заслуговують.

За спрямованістю меланхолік – інтроверт, тому він важко переживає зміну життєвого оточення, потрапляючи в нові умови життя, дуже розгублюється.

Описані типи темпераменту у чистому вигляді рідко трапляються в житті. У більшості людей поєднуються риси різних темпераментів, тому важко віднести ту чи іншу людину до певного типу. Риси темпераменту є природженими, хоча особливості прояву кожного типу змінюються з віком у процесі виховання.

Кожен вид діяльності ставить перед психікою людини та її динамічними особливостями певні вимоги. Темперамент, впливаючи на динаміку діяльності, може впливати і на її продуктивність. У різних видах діяльності роль темпераменту різна.

Там, де потрібна значна працездатність, витривалість, краще виявляє себе сильний тип нервової системи, а де слід виявити співчутливість, лагідність, краще виявляє себе слабкий тип нервової системи. Неврівноваженість холерика шкодить там, де потрібно виявити витримку, терплячість. Надто повільний тип рухів, повільне, монотонне мовлення флегматика не сприяє успішності діяльності, де потрібно виявити рухливість, швидкість впливу на інших. Схильність сангвініка до захоплення новим, до нудьги при одноманітній, хоча й важливій діяльності знижує активність у діяльності, постійно викликає потяг до нового, модного.

Чому кожній людині корисно знати особливості свого темпераменту? Виявлення особливостей темпераменту дає можливість людині обирати для себе більш відповідну сферу діяльності, яка відповідає її типу вищої нервової системи. Кожен темперамент у конкретних видах діяльності має свої переваги і недоліки. Меланхоліку важко буде успішно упоратися з обов'язками завідувача турагенції, а холеріку – складати фінансовий звіт, що вимагає від фахівця уважності, точності, послідовності виконання дій. Знаючи свій темперамент, будь-який працівник туристичної галузі може усвідомлено регулювати режим, ритм, інтенсивність різних сфер діяльності. Знання свого темпераменту і темпераменту інших людей фахівцю правильно будувати стосунки з ними. Так, поривчастість, імпульсивність холерика можна усунути тактовністю, стриманістю. Висловлювати критичні зауваження меланхоліку доцільно лише наодинці, у м'якій формі, спираючись на його ділові чи особистісні якості тощо.

3. ЗДІБНОСТІ

До істотних властивостей людини належать її здібності. Здібності та діяльність органічно взаємопов'язані. Людські здібності виникли і розвинулись у процесі праці.

Здібності – це властивості людини, що виявляються в навчальній, науковій та іншій діяльності і є необхідною умовою її успіху.

Кожна здібність людини – це її складна властивість, внутрішня можливість відповідати вимогам, які ставить перед нею діяльність, спираючись на досвід, здобуті знання, вміння та навички. Здібності виявляються в процесі оволодіння знаннями та вироблення вмінь і навичок, необхідних для певного виду діяльності.

Розрізняють *природні* (безпосередньо пов'язані з уродженими задатками елементарні сприймання, пам'яті, мислення тощо) і *специфічні* людські здібності, що забезпечують життєдіяльність людини в соціальному середовищі.

Виділяють загальні, спеціальні і комунікативні здібності особистості.

1) *Загальні здібності* визначають успіхи людини в найважливіших видах людської діяльності (наприклад, розвиток пам'яті, інтелектуальних задатків, здатність відчувати, думати, сприймати тощо).

2) *Спеціальні здібності* сприяють успіхам людини у специфічних видах діяльності, їх називають професійними, специфічними (наприклад, організаторські, спортивні, математичні тощо).

3) *Комунікативні здібності* – це індивідуально-психологічні особливості особистості, які характеризуються умінням легко і швидко встановлювати контакти із суб'єктами спілкування.

Здібності виявляються у всіх сферах діяльності людини. Вони поділяються на певні види за змістом і характером діяльності. Так, виокремлюють здібності до навчання, малювання, музики, спорту, науки, комунікативні, артистичні тощо. Розвиток здібностей цілком залежить від попиту, на який, у свою чергу, впливають розподіл праці й породжені ним умови освіти. Провідну роль у розвитку здібностей особистості відіграють умови життя, навчання, освіта та виховання.

Талант (грец. *talanton* – вага, міра, рівень здібностей) – це поєднання спеціальних здібностей, що дає змогу створювати нові, суспільно значущі продукти діяльності.

Талановитим можна бути в різних видах діяльності. Особливість таланту полягає в творчому підході до виконання конкретного виду діяльності. Під творчістю розуміють щось нове, що ніколи раніше не існувало і орієнтоване на пристосування до певних психологічних і соціальних умов.

Для фахівців туристичної галузі суттєве значення мають комунікативні здібності. Ці здібності сприяють налагодженню контактів з іншими людьми, характеризують уміння турагентів передавати й отримувати інформацію, впливати на партнерів під час спілкування.

4. СПІЛКУВАННЯ І ХАРАКТЕР

Характер (грец. – прикмета, риса, ознака) – це індивідуальна якість особистості, що являє собою сукупність рис і виявляється у ставленні до дійсності, поведінці та вчинках. Характер тісно пов'язаний із потребами та інтересами особистості.

Вчинки людини завжди чимось мотивуються, на щось або на когось спрямовуються. Це залежить від обставин, у яких перебуває людина, і від особливостей її характеру. Характер тісно пов'язаний із темпераментом, який увизначає динамічну форму сутності людини. Його можна зрозуміти з того, як особистість мислить і поводить себе в різних обставинах, якої думки вона про інших людей і про саму себе. У характері людини закладена програма типової поведінки у типових обставинах, він визначає склад особистості, визначеність людини як суб'єкта діяльності, спілкування, пізнання та ін. У структурі характеру виокремлюють такі його компоненти: спрямованість, переконання, емоції, воля, розумові риси, сила, діяльність та ін.

Спрямованість впливає на поведінку особистості, визначається спонуканнями та системою відносин. *Переконання* вказує на стійкість інтересів індивіда.

Характер залежить від темпераменту і здібностей особистості. На форму прояву характеру в процесі спілкування впливає темперамент. Людина із сильним

характером може змінити деякі негативні сторони свого темпераменту, контролювати форми їх прояву. Зв'язок характеру і здібностей виражається ще й у тому, що формування таких рис характеру, як працьовитість, ініціативність, рішучість, організованість, наполегливість, відбувається в тій самій діяльності людини, у якій формуються її здібності.

Характер формується і розвивається з перших і до останніх днів життя людини під впливом навколишнього середовища, життєвого досвіду, виховання. Кожна суспільно-історична епоха характеризується певним загальним укладом життя і суспільно-економічних відносин, що впливають на світогляд людей, формуючи риси характеру.

С.Л. Рубінштейн зазначає, що риси характеру – це ті суттєві властивості людини, з яких із певною логікою і внутрішньою послідовністю випливає одна лінія поведінки та вчинки особистості.

Риси характеру особистості:

- *інтелектуальні*: допитливість, кмітливість, критичність розуму, глибина думок та ін. Їх високий розвиток багато в чому визначає відповідне ставлення людини до навколишньої дійсності (принциповість, упевненість, самостійність і т. ін.);

- *емоційні*: вразливість, запальність, байдужість та ін. Ці риси характеру виражають ставлення особистості до світу, діяльності, речей, інших людей, що виявляється в почуттях і емоціях;

- *вольові* – складають силу характеру, його твердість: цілеспрямованість, рішучість, наполегливість, самоконтроль тощо.

Ставлення до самого себе виявляється в самооцінці дій особистості. Об'єктивна самооцінка – це одна з умов саморозвитку особистості, яка допомагає виробляти такі риси характеру, як скромність, принциповість, самодисципліна.

Вирізняють сильні й слабкі риси характеру. Люди з сильним характером ініціативні, цілеспрямовані, швидко приймають рішення і реалізують їх, мають велику витримку, мужні й сміливі. Людей, у яких ці якості слабо виражені або деякі з них відсутні, відносять до категорії слабохарактерних. Їм властивий пасивний прояв своїх ділових і особистих якостей. Найчастіше такі люди, маючи найкращі наміри, не досягають значних результатів у роботі чи навчанні.

І. П. Павлов підкреслював, що людина – це єдина система, здатна регулювати сама себе в широких межах, тобто самовдосконалюватися.

Тема 3. Ділове спілкування, його суть, особливості. Ефективність ділового спілкування.

Ділове спілкування – це дво- або багатосторонній процес, зумовлений необхідністю здійснення управлінських чи професійних функцій шляхом встановлення стосунків, налагодження зворотного зв'язку. Особливість ділового спілкування порівняно з дружнім полягає в тому, що воно організовується не за принципом «симпатії – антипатії», «хочу – не хочу». Такий вид спілкування зорганізовується на основі принципу взаємної корисності ділових партнерів, об'єктивності сприйняття ними один одного. На відміну від дружнього, яке може бути нецілеспрямованим, спонтанним, неорганізованим, непідготованим, ділове

спілкування є організованим, завчасно підготованим і обов'язково спрямованим на досягнення певної мети.

Ділове спілкування реалізується в таких його **формах, як субординаційне, службово-товариське, дружнє спілкування.**

Субординаційне спілкування: передбачає спілкування між керівниками та підлеглими, ґрунтується на адміністративно-правових нормах. Таке спілкування складається між керівниками та виконавцями, між керівниками різних рівнів і має лінійний, функціональний або змішаний (лінійно-функціональний) характер. За лінійних стосунків у кожного керівника може бути кілька підлеглих, але в кожного підлеглого – безпосередньо тільки один керівник. За функціональних взаємин працівник може бути підпорядкованим одночасно кільком керівникам, кожен з яких контролює реалізацію конкретної функції.

Службово-товариське спілкування характерне для спілкування колег. Його основою є адміністративно-моральні норми.

Дружнє спілкування являє собою психологічну взаємодію між керівниками, керівників та підлеглих; базоване на морально-психологічних нормах взаємодії.

У системі ділових та професійних стосунків виявляється тип ділового спілкування: *менторський, ліберальний, інформативний, «натхненний», конфронтаційний.*

Тип ділового спілкування перебуває в прямій залежності від стилю управлінської діяльності. Так *менторський тип* спілкування відповідає авторитарному стилю управління, ґрунтується на односторонньому управлінні та спілкуванні, зорієнтований на повчання, інструктування. Цьому ж стилю управління відповідає *«інформативний»* тип спілкування, спрямованого на передавання інформації. Таке спілкування малоефективне, оскільки суто ретранслявання інформації сприяє лише її пасивному сприйманню. *«Натхненний»* тип ділового спілкування характерний для демократичного стилю управління (йому властиві активність усіх учасників, поєднання вимогливості зі справедливістю, діалогічність). *Конфронтаційний тип* спілкування схиляє до дискусії, діалогу з опонентами. Він відповідає демократичному стилю управління. *Ліберальний тип* спілкування відповідає ліберальному стилю управління: виявляється у невмінні керівника в процесі ділової взаємодії впливати на її результат, керівник просто *«пливе за течією»*.

Ефективність ділового спілкування.

Етично-психологічні принципи, які визначають ефективність ділового спілкування.

Ефективним вважається спілкування, коли ділові партнери дотримуються певних етично-психологічних принципів (створення відповідних умов для реалізації комунікативного потенціалу працівників, відповідальність за повідомлену інформацію, готовність і вміння дотримуватися слова, використання у спілкуванні засобів заохочення і покарання; раціональне використання часу, призначеного для спілкування; порядність). Схарактеризуємо ці принципи.

Створення умов для реалізації комунікативного потенціалу працівників. Цьому сприяє делегування повноважень керівника, тобто передання у компетенцію підлеглих деяких завдань, видів діяльності. Делегують, як правило, спеціалізовану

діяльність, окремі питання, рутинну та підготовчу роботу, але не остаточне формулювання цілей, планів, програм. Не підлягають делегуванню й встановлення цілей, ухвалення рішень, контролювання результатів, керівництво працівниками і мотивація їх діяльності, особливо важливі та ризикові, термінові та конфіденційні справи.

Відповідальність за повідомлену інформацію. Кожен працівник повинен чітко знати свою посадову компетенцію (завдання, обов'язки та права щодо їх реалізації) і може повідомляти інформацію в межах цих повноважень.

Спілкуючись із діловими партнерами, ми маємо бути *готовими дотримуватися слова*, у нас мають бути сформовані вміння виконувати за будь-яких обставин взяті на себе зобов'язання.

Заохочення і покарання у спілкуванні. Кожна людина прагне до самоствердження, до визнання в професійній галузі. Тому керівник повинен бачити не тільки найактивніших та сумлінних працівників, а й наголошувати успіхи кожного підлеглого в процесі управлінської взаємодії. Водночас у полі його зору мають бути і працівники, які ухиляються від виконання службових обов'язків, несумлінно виконують професійні функції. До них мають бути застосовані засоби покарання. Але караючи підлеглих, керівник має дбати про збереження їхнього психічного та фізичного здоров'я. А тому, наприклад, *розмову-покарання* можна побудувати за схемою: позитивні емоції (висока оцінка особистості загалом) – негативні (аналіз провини) – і знову позитивні (висловлення впевненості, що подібне не повториться). Слід мати на увазі й те, що критику легше переносити на тлі самокритики.

Раціональне використання часу, призначеного для спілкування, укладання інформації в певні часові межі є важливим етично-психологічним принципом забезпечення ефективності ділового спілкування. Серед різноманітних принципів і прийомів використання робочого часу одним з найефективніших є принцип пріоритетів, який полягає в розподілі інформації за її значущістю, що сприяє уникненню знецінення інформації.

Організуючи ділову взаємодію, ми маємо пам'ятати, що *порядність*, переконаність у тому, що бути чесним у спілкуванні та взаємодії з партнерами – не тільки схвально, а й вигідно.

Реалізація цілей спілкування – передумова його ефективності.

Ефективність спілкування розглядають як досягнення тим, хто говорить, цілей засобом спілкування. Однак його цілі можуть бути різними:

- *інформаційна* – донести інформацію до співрозмовника, отримати підтвердження про її приймання;
- *предметна* – щось отримати, про щось дізнатися, змінити щось у поведінці співрозмовника;
- *комунікативна* – сформулювати певні взаємини із суспільством.

Крім того, спеціалісти пропонують перелік комунікативних цілей (установити контакт, підтримати його, відновити, завершити; виконати комунікативний ритуал, розважити співрозмовника). Цих цілей досягають з допомогою використання спеціальних мовленнєвих формул (привітання, поздоровлення, прощання,

комплімента, висловлення співчуття; дотримання правил світського етикету; прийомів розважального, ігрового, жартівливого спілкування).

Ефективність спілкування визначається не лише досягненням вихідної мети, а й збереженням комунікативної рівноваги.

Аналіз комунікативних ситуацій

Досягнення чи недосягнення відповідної мети спілкування позначено знаками «+», «-».

1. – Передайте, будь ласка, витяг з протоколу засідання, яке відбулося минулого місяця. – Будь ласка.	Інформаційна + Предметна + Комунікативна +
2. – Передайте, будь ласка, мікрофон, я готовий до виступу! – Вибачте, відімкнули світло.	Інформаційна + Предметна – Комунікативна +
3. – Передайте слухавку! – А де «чарівне» слово?	Інформаційна + Предметна – Комунікативна –
4. – Передайте, будь ласка, план ведення засідання! – Що?	Інформаційна + Предметна – Комунікативна –
5. – Передайте, будь ласка, список учасників наради! – Візьміть!	Інформаційна + Предметна + Комунікативна –
6. – Передайте копію документа, що обговорюють! – А чому в наказовій формі?	Інформаційна + Предметна – Комунікативна –

Дані приклади є свідченням досягнення чи недосягнення учасниками комунікативного акту цілей спілкування, що суттєво впливає на рівень його ефективності. Спілкування є ефективним, якщо досягнуті всі три цілі мовленнєвого впливу (сит. 1), що трапляється не завжди. Якщо не досягнута *інформаційна мета* (нас не зрозуміли), то ефективність мовленнєвого впливу дорівнює нулю. А тому говорити потрібно чітко та зрозуміло. Якщо не досягнута *комунікативна мета* (стосунки не збережені, зруйновані, співрозмовник образився), такий вплив є теж неефективним, оскільки збереження комунікативної рівноваги – передумова ефективного спілкування.

У випадку, коли не досягнута *предметна мета*, спілкування може бути ефективним, адже мета не досягнута з об'єктивних причин (мікрофон не працює через відсутність світла), оскільки *збережена комунікативна рівновага*. Коли ж досягнута предметна та інформаційна цілі, але не зреалізовано комунікативну, можемо говорити лише про певний результат спілкування, предмет отримано, але нормальних стосунків із співрозмовником не встановлено. Такий мовленнєвий вплив називають *результативним*, але *неефективним*.

Тобто, ефективне спілкування – не лише таке, яке дозволяє досягти результату, а й таке, за якого між співрозмовниками збереглась рівновага стосунків. Відомий

американський гангстер Аль Капоне зазначав: «З допомогою доброго слова і револьвера можна досягти значно більшого, ніж лише з допомогою доброго слова». Мета цивілізованої людини – досягати успіху добрим словом без револьвера.

Тема 4: Комунікативна позиція. Способи впливу на особистість у спілкуванні. Маніпулювання та актуалізація.

1. Поняття комунікативної позиції. Способи її підсилення, послаблення і захисту.

Комунікативна позиція – це рівень авторитетності окремого учасника спілкування, міра впливовості його мовлення у конкретній ситуації спілкування. Вона може змінюватись у процесі спілкування. *Комунікативна позиція може бути сильною чи слабкою*. Комунікативна позиція керівника, високопосадовця щодо підлеглих завжди є сильною від самого початку з огляду на їхній соціальний статус.

Комунікативну позицію людина може *змінити* (шляхом використання певних правил і прийомів мовленнєвого впливу можна підсилити, захистити чи ослабити комунікативну позицію співрозмовника). Підсилюючи власну комунікативну позицію, ми використовуємо вербальні та невербальні засоби і таким чином підвищуємо ефективність впливу (нас краще слухають, більше довіряють, з нами охочіше погоджуються, наші прохання виконують).

Сприяють *підсиленню комунікативної позиції* такі прийоми:

- повторення звернення (закон імені): Ну, Сергію Васильовичу, ну, Світлано Миколаївно, ну, будь ласка...;
- підвищення емоційності мовлення;
- фізичний контакт зі співрозмовником (ненав'язливі доторкання);
- наближення до співрозмовника;
- відкриті жести, звернені до слухача;
- підвищення гучності мовлення, що надає мовленню авторитетності й упевненості;
- демонстрування доброзичливості з допомогою міміки, жестів;
- привабливість вашого зовнішнього вигляду.

Водночас ми можемо й захищати власну комунікативну позицію, не дозволяючи співрозмовникові чинити на нас тиск, допомагаємо собі втриматися від аргументування. *Прийомами захисту власної комунікативної позиції є:*

- збільшення дистанції спілкування;
- розміщення за перешкодою (за столом, вазою з квітами...);
- відхилення назад у процесі розмови;
- прийняття закритих поз (схрещування рук на грудях, повернення боком до співрозмовника).

Послабити комунікативну позицію співрозмовника можна, посадовивши його на нижчий стілець, крісло; розмістивши його таким чином, щоб у нього за спиною був рух; щоб він був добре освітленим, а ви – ні. У спілкуванні діє *принцип коромисла*: послаблюючи комунікативну позицію співрозмовника, ми підсилюємо свою комунікативну позицію і навпаки.

2. Способи впливу на особистість у спілкуванні.

3. У процесі спілкування ми можемо змінити поведінку чи думку співрозмовника у необхідному для нас напрямку. Тобто, можемо змінити комунікативну позицію. Будь-який вплив здійснюється з метою формування, закріплення, зміни настанов, поглядів, почуттів, дій та ін. Виокремлюють такі *способи впливу* на іншу людину, як *доведення, переконання, умовляння, навіювання, прохання, наказ, принука, психічне зараження, наслідування*.

Доведення виявляється у наведенні аргументів, які підтверджують правильність певної тези. Упродовж доведення аргументи мають використовуватися в системі, обмірковано, відповідно до законів логіки. Доведенням є логічний шлях мовленнєвого впливу, звернення до логіки мислення людини. Однак цей спосіб впливу є ефективним, коли об'єктом впливу є людина з розвиненим логічним мисленням (а таких людей усього 2 %). Іноді такий вплив є мінімальним, коли в багатьох комунікативних ситуаціях емоції співрозмовників цілковито придушують логіку.

Переконання вселяє у співрозмовника впевненість, що істина доведена. У переконанні використовують як логіку, так і емоційний тиск («По-перше, ... Повірте, так воно і є! Це дійсно так»). Тобто, переконуючи співрозмовника, ми фактично *нав'язуємо* йому свою точку зору.

Переконання – це спосіб впливу, коли людина звертається до свідомості, почуттів і досвіду іншої людини, щоб сформувані в неї нові настанови. Переконання діє на раціональне й емоційне в їх єдності, формує нові погляди, стосунки, взаємини, що відповідають соціальним нормам. Переконання є неефективним, якщо його замінюють моралізуванням, тому недоречно використовувати слова «мусиш», «повинен», «зобов'язаний». Ефективним є вплив за заміни їх лексемами «доречно», «доцільно».

Переконання словом є справжнім мистецтвом. Про це писав відомий учений Блез Паскаль: «... поняття потрапляють у душу двома шляхами: через розум і волю. Шлях розуму найбільш природний, оскільки не можна погоджуватися ні з чим, окрім доведених істин. Проте найбільш звичним є шлях волі... Це шлях низький..., через це всі проти нього» [13, с. 40–42]. Прикладом переконання, яке ґрунтується на законах логіки, і яке спрямоване до розуму людини, є ситуація з картиною Рембрандта «Поклоніння волхвів», яка знаходиться в Ермітажі. Її вважали копією. Але фахівці довели, що це оригінал, аргументуючи свою думку доказами: якщо на нижніх планах картини є сполуки композиції, то це, як відомо, оригінал. На цій картині з допомогою рентгенівського апарату настановлення знайшли сполуки композиції, так і довели її оригінальність. Однак ані логіка, ані аргументи не зможуть переконати співрозмовника, якщо він не хоче, щоб його переконали, або, якщо той, хто переконує, поводить себе зверхньо, або, навпаки, поблажливо. Прагне самоствердитися, дійти до фіналу «перемога – поразка».

Іншим способом впливу на особистість є **умовляння**. Це такий спосіб впливу на співрозмовника, коли ми здебільшого емоційно примушуємо його відмовитися від своєї точки зору й прийняти точку зору іншого. Воно завжди здійснюється інтенсивно з використанням особистих мотивів; базується на багаторазовому повторенні чи пропонуванні (Будь ласка, зробіть це для мене... Хіба це вас так уже обходить... Я буду вам дуже вдячний; Я вам також піду назустріч, коли вам це

знадобиться...). *Умовляння* є ефективним у ситуації емоційного збудження, коли співрозмовник може або виконати, або не виконати прохання. Зазвичай, умовляння неефективне у вирішенні серйозних питань.

Навіювання (сугестія) – є видом психологічного впливу однієї людини на іншу або на групу людей, що передбачає некритичне сприймання висловлених думок і волі. Воно є механізмом впливу на несвідоме: наставлення, емоційні реакції, очікування тощо. Навіювання базоване на сильному психологічному, емоційному тискові, іноді – на авторитеті співрозмовника. Сильні, вольові, авторитетні особистості могли навіяти людям практично будь-що. Під час навіювання згоди не досягають, воно забезпечує лише прийняття інформації, що містить готовий висновок. Використовуючи цю інформацію, людина має сама дійти певного висновку.

Виокремлюють такі *види навіювання* людині: 1) коли вона перебуває в стані активності; 2) під гіпнозом; 3) під час сну.

Навіювання буває *навмисним* (це свідомо організований, цілеспрямований психологічний вплив сугестора, який знає що і кому він має навіяти, коли він добирає відповідні до цього прийоми впливу. Коли сугестор є людиною авторитетною, йому довіряють).

Виокремлюють і *ненавмисне* навіювання, коли сугестор не ставить собі жодної спеціальної мети. Проте своїм авторитетом і діями навіює іншому саме ту модель поведінки, яка б спонукала того до відповідної дії.

За *змістом* впливу та кінцевим результатом навіювання буває *позитивним і негативним, етичним і неетичним*; за *засобами* впливу – *прямим* (сугестор спонукає до певної дії) і *непрямим* (він прямо не говорить про свою мету, але виявляє своє ставлення до предмета). За непрямого навіювання, розрахованого на некритичне сприймання інформації, вдаються до не наказових, а оповідних форм. Мета досягається за рахунок того, що викликаються сильні емоційні реакції. Основними формами навіювання є натяк, схвалення, осуд.

Самонавіювання є видом навіювання. Це свідоме саморегулювання, навіювання самому собі уявлень, почуттів, емоцій. Людина сама створює модель стану чи дій і вводить їх у свою психіку. На думку психіатра В. Леві «моделі самонавіювання вводять у пам'ять, переходять з короткочасної пам'яті в довготривалу, із свідомості в підсвідомість, врешті-решт, автоматично, мимоволі починають впливати на самовідчуття й поведінку». Відповідно до методики самонавіювання, необхідно спочатку виявити недолік, якого людина хоче позбавитися, а потім – розробити форму самонавіювання, спрямованого на себе, від імені першої особи. Ці формули мають бути лаконічними, стверджувальними і складатися з дієслів, які мають найбільшу силу впливу («дотримуватимусь цього плану», «Я розпочну роботу сьогодні»).

Прохання як спосіб впливу на співрозмовника виявляється в тому, що ми спонукаємо співрозмовника зробити щось у наших інтересах, користуючись його позитивним до нас ставленням. Ефективність прохання вища, ніж ефективність наказу. Однак існують певні комунікативні бар'єри, які обмежують можливості його використання у зв'язку зі статусом адресата, характером прохання, обсягом і моральним його змістом.

Наказ – це спонукування людини до виконання чогось залежно від її посадового, соціального статусу без будь-якого пояснення чи мотивування розпорядження. Наказ є ефективним щодо підлеглих, молодших; тих, що знаходяться нижче в соціальній ієрархії, але неефективний щодо рівних чи вищих. Більшість людей накази сприймають негативно.

Примус теж є засобом впливу на інших людей. Змусити – означає примусити людину виконувати щось у супереччя її волі. Примус базується зазвичай на грубому натиску, вербальній агресії, апелювання до тяжких наслідків для співрозмовника або на прямому демонструванні грубої сили, погрозах. Звичайно, більшість таких засобів впливу на співрозмовника є цивілізованими і можуть застосовуватися в діловій та професійній ситуаціях. Усі засоби, окрім примусу, використовують здебільшого з метою впливу на окрему особистість.

А **психічне зараження**, на відміну від навіювання і переконання, які використовують у міжособистісних взаєминах, ефективно у разі взаємодії з організованою групою. За психічного зараження процес передавання емоційного стану від одного індивіда до іншого відбувається на несвідомому рівні. Унаслідок цього індивід швидко переймається психічним станом інших людей. Багаторазово підсилюється емоційний вплив за рахунок його «відбиття» від багатьох людей. Індивіди несвідомо йдуть за іншими, наслідуючи їхню поведінку. Найбільшому психічному зараженню люди підлягають у натовпі. Почуття відповідальності у натовпі зникає. Люди починають мислити образами і готові діяти під впливом гасел лідерів. Вони стають некритичними, імпульсивними. Люди в натовпі не чують аргументів, не беруть до уваги запитання, ігнорують заперечення. Якщо якийсь оратор не поділяє їхню думку, його виступ викликає гнів і ворожість. Якщо люди зібралися разом, вони інстинктивно шукають собі лідера і підкоряються йому. Лідери інколи глибоко вірять у те, про що говорять. Через цю віру вони впливають на людей. Чим лаконічніші їхні фрази-ствердження, тим більший вони мають вплив на натовп. Багаторазове повторювання сприяє закріпленню думки-ідеї в глибинах несвідомого, потім вона перетворюється на установку як готовність до дії. Цю установку вже нелегко змінити. Чим привабливіший лідер, чим більшу силу волі він має, тим сильніше він може впливати на натовп.

Психічне зараження може відігравати не лише *деструктивну*, а й *конструктивну* роль (ентузіазм у професійній діяльності). Наприклад, під час педагогічного спілкування відбувається взаємозараження викладача і студентів, а це стимулює їхнє творче самопочуття, яке виникає на основі співчуття, співпереживання. Своїми емоціями, інтересом до проблеми педагог заражує студентів, вони, своєю чергою, стимулюють його думки, передають йому свою емоційну захопленість.

Формою комунікативної позиції є **наслідування** (відтворення людиною дій інших людей). Наслідування може бути *несвідомим*, *свідомим*, оскільки виникає під впливом вияву інших людей, за власної ініціативи. Дорослі критичніше сприймають зразки для наслідування, ніж діти.

У практиці комунікативної діяльності ці форми впливу на іншу людину рідко зустрічаються у чистому вигляді. Найчастіше існують у системі, доповнюючи одне одного.

4. Поняття маніпулювання та актуалізації.

Механізмами (способами) впливу на людей є й **маніпулювання** ними та протилежна йому – **актуалізація**. *Маніпулювання* – це вплив на людину з метою спонукання її до виконання певної дії неусвідомлено чи всупереч її власному бажанню, думці, попередньому наміру. Уміння маніпулювати використовують у корисливих цілях.

Відомий учений Е. Шостром розрізняє **4 типи маніпуляторів**. Перший тип – *активний*, прагне впливати на інших з допомогою активних методів. Часто використовує свій соціальний статус (керівника, батька, викладача), вдаючись до техніки «обов'язків і очікувань». Другий тип – *пасивний маніпулятор*. Він *демонструє безпорадність*, нерозуміння проблеми. Цим він підштовхує іншого до виконання роботи за нього. *Третій тип* ставиться до людей як до *суперників*, іноді як до ворогів, з якими веде постійну боротьбу. Четвертий тип – *байдужий маніпулятор* (намагається уникати контактів, демонструє байдужість). Насправді все, що відбувається, йому не байдуже.

Маніпулювання пронизує все наше життя від народження до смерті. Загалом маніпулювання негативно впливають на розвиток особистості та її здоров'я; знижується рівень її моральної, комунікативної та загальної культури.

Протилежним до механізму маніпулювання є **механізм актуалізації**. **Актуалізатор** – це людина, яка прислухається до думки інших, враховує їхні інтереси, прагне до самореалізації, вияву своєї індивідуальності самовияву. *Актуалізатор* чесний у своїх думках і діях. Він поважає гідність інших, переконливо передає свої думки і бажання, добре ставиться до оточуючих, допомагає їм знайти власний шлях до розвитку. Однак актуалізатори з-поміж керівників зустрічаються рідко.