

СТРАТЕГІЯ НЕВЕРБАЛЬНОЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ПСИХОЛОГА–КОНСУЛЬТАНТА

У статті розглядаються особливості самопрезентації психолога-консультанта за допомогою невербальних засобів спілкування як стратегія ефективності консультативного процесу. Здійснено аналіз основних компонентів невербальної самопрезентації з огляду її значимості в професійній діяльності психолога-практика в процесі консультативної бесіди.

Ключові слова: невербальна комунікація, просторова організація, емотивна функція, дистанція, візуальний контакт.

В статье рассматриваются особенности самопрезентации психолога-консультанта с помощью невербальных средств общения как стратегия эффективности консультативного процесса. Проведен анализ основных компонентов невербальной самопрезентации с учетом ее значимости в профессиональной деятельности психолога-практика в процессе консультативной беседы.

Ключевые слова: невербальная коммуникация, пространственная организация, эмотивная функция, дистанция, визуальный контакт.

Постановка проблеми. Стратегія надання психологічної допомоги потребує від психолога-практика професійних умінь презентувати себе в процесі консультативної бесіди з клієнтом. Специфіка таких умінь передбачає використання в ході комунікативної взаємодії як вербальних, так і невербальних конструктів, які й опосередковують ефективність психологічних впливів.

Проблема самопрезентації належить до нових перспективних напрямків соціально-психологічного аналізу поведінки людини у соціальному середовищі.

В історії становлення даної проблеми чітко прослідковується виділення трьох етапів. Перший з них характеризується підвищенням інтересом до загальних проблем особистості, де відповідно і зосереджувалась увага на соціальній зумовленості вибору людиною стратегій поведінки. Другий пов'язаний з виділенням проблем самоподачі в самостійний напрямок наукового аналізу, спочатку на соціологічному, пізніше – психологічному рівнях. Третій етап характеризується розгортанням експериментальних досліджень самопрезентації, яка стає предметом сучасних наукових досліджень вітчизняних психологів (О.В. Зінченко, Л.К. Аверченко, М.В. Бо-

родини, Т.В. Климової, О.О. Петрової, О.А. Герсимоваї, Ю.П. Коселевої, О.В. Кузнецової, О.І. Коробко, І.П.Шкуратової тощо).

Оскільки коло наших наукових інтересів пов'язане з особливостями самопрезентації психолога-консультанта за допомогою невербальних засобів спілкування, то метою даної статті є аналіз значимих конструктів невербальної поведінки, які мають місце в налагодженні ефективної взаємодії між психологом-консультантом і клієнтом. Відповідно до зазначеної мети статті були сформульовані такі завдання.

1) Проаналізувати значимість самопрезентації психолога в психологічному консультуванні за умови використання невербальних засобів спілкування.

2) Визначити перелік найбільш значущих невербальних конструктів, які опосередковують самопрезентацію психолога-консультанта.

3) Охарактеризувати особливості невербальних впливів, що опосередковують процес консультування в цілому, знімаючи напругу клієнта, формуючи довіру до консультанта.

Виклад основного матеріалу. Самопрезентація – складне соціально-психологічне утворення, яке взаємодіє і переплітається з багатьма іншими соціальними феноменами та має недостатню представленість у понятійному апараті вітчизняної психології. Саме тому виникають певні труднощі при визначенні категоріальних меж даного поняття. Д. Майєрс дає таке визначення даному феномену: “Самопрезентація – акт самовираження та поведінки, спрямований на створення сприятливого враження чи враження, що відповідає чийсь ідеалам” [6]. Велика різноманітність бажаних образів, які створюють співрозмовники, а також велика кількість шляхів та способів їх формування визначили необхідність класифікації стилів самопрезентації. Сучасна прикладна психологія має ряд наукових доробок, присвячених визначенню основних критеріїв класифікації стилів самопрезентації. В нашому повідомленні ми хотіли б зазначити лише одну з них, яка, на нашу думку, безпосередньо торкається проблеми самопрезентації психолога-консультанта за умови використання останнім невербальних засобів спілкування. Відповідно до зазначеного можна виділити класифікацію, запропоновану Ю.С. Крижанською та В.П. Третьяковим [5]. В її основу покладено механізми соціального сприймання, які запускаються за допомогою керування увагою партнера. Авторами було виділено п'ять стилів самоподачі: самоподача переваги, привабливості, ставлення, актуального стану, причин поведінки. Своєрідність поведінки відповідно до

зазначених стилів є важливою умовою налагодження робочого альянсу між психологом-консультантом та клієнтом. Саме така умова багато в чому й забезпечує стратегію психологічної допомоги особистості. При розкритті сутності зазначеного явища в рамках нашої розвідки маємо наміри зупинитися на виявленні основних шляхів та способів формування привабливого образу. А також серед системи самопрезентаційних стратегій визначити ті основні, які є значимими при наданні психологічної допомоги психологом-консультантом. Потрібно зазначити, що вивчення невербальних засобів самопрезентації було розпочато такими науковцями, як Р.Е. Варданян (2003), М.Н. Котлярова (2001), О.О. Петрова (2000), І.І. Петрова (2003) та ін. Основний акцент торкався введення таких понять, як “візуальна самоподача образу Я в спілкуванні”, та вивчення елементів оформлення зовнішнього вигляду й експресивної поведінки особистості, представлених в міміці та жестах.

Вважаємо, що одним із способів формування привабливого образу “Я” психолога-консультанта в рамках самопрезентації є вміння налагоджувати контакт через застосування останнім невербальних засобів спілкування.

Прикладом важливої психологічної ролі невербальних компонентів у процесі мовленнєвого спілкування слугує той факт, що невербальна інформація може як значно підсилити семантичне значення слова, так і суттєво його послабити – аж до повного заперечення суб’єктом сприйняття [7, с.19]. Між вербальним і невербальним каналами існує тісний взаємозв’язок. Невербальна інформація піддається рефлексії тієї людини, яка її передає, а значить – можливий вплив на усвідомлення нею власної невербальної поведінки, а далі – на мовну інформацію.

Налагодження ефективної взаємодії психологом-консультантом у ході бесіди з клієнтом забезпечується реалізацією його професійних навичок щодо самопрезентації через використання невербальних компонентів спілкування та через вміння слухати. У сучасній психології спілкування вказується на те, що одним із найбільш важливих моментів у будь-якому слуханні є момент зворотного зв’язку, завдяки якому у співрозмовника і утворюється відчуття, що він розмовляє з живою людиною, яка його слухає й розуміє. Крім того, у будь-якому висловлюванні існує принаймні два змістовних рівні: інформаційний і емоційний. У такому форматі зворотний зв’язок також може бути двох видів – відображення інформації і відображення почуттів клієнта психологічної консультації. У момент слухання здійснюється три етапи: підтримка – усвідомлення – коментування. На етапі “підтримки”

основна мета психолога – дати можливість виразити свою позицію, емоційно підтримати, вислухати. Відповідними реакціями з боку психолога-консультанта на цьому етапі є: мовчання, піддакування, емоційний супровід. Мета – на етапі “усвідомлення” переконатись, що правильно зрозуміли проблему, для цього задаються запитання для прояснення та уточнення. На етапі “коментування” психолог висловлює свою думку щодо почутого: подає поради, оцінки, коментарі. Всі три такти потребують участі візуального контакту, який підтримує процес взаємодії і забезпечує ефективність протікання процесу спілкування.

Зокрема Г. Вільсон, говорячи про візуальний контакт, наголошує на тому, що очі – це найсильніший соціальний “сигнальний пристрій”, що є у людини, тому їх іноді називають “дзеркалом душі”. Деякі люди, пише автор, виглядають сором’язливими і незграбними через те, що занадто довго дивляться в очі своїм співрозмовникам. При спілкуванні люди дивляться один одному в очі приблизно протягом третини всього часу. Якщо ж візуальний контакт триває значно менше, це вказує на неуважність, на відчуття нудьги, на появу почуття провини. Якщо ж контакт є більшим, то це, як правило, інформує про ймовірну погрозу, обурення тощо. Але це лише примітивне наближення до самої проблеми, в ході ж досліджень, вказує Г. Вільсон, виявилась велика кількість значимих варіацій тривалості візуального контакту: 1) людина більше дивиться в очі спірозмовнику, коли слухає, ніж коли говорить сама; 2) погляд в очі використовується для “передачі слова” своєму співрозмовнику; 3) дружньо налаштовані співрозмовники частіше дивляться в очі один одному, ніж люди, що відчувають взаємну антипатію; 4) у візуальному контакті існують певні культурні розбіжності між різними націями й народностями; 5) тривалий погляд в очі може використовуватись як засіб для встановлення лідерства [1].

Значимість такої інформації для психолога-консультанта є очевидною, оскільки з’являється можливість зрозуміти емоційний стан та почуття клієнта через візуальний контакт з ним та через міміку його обличчя. Продукована за допомогою мімічних паттернів одним із співрозмовників призводить до змін емоційного стану іншого учасника спілкування, мімічні прояви цього іншого, в свою чергу, призводять до змін емоційного стану першого і т.д. Вочевидь, стає зрозумілим, що для вивчення такого процесу взаємообміну емоційними станами виникає необхідність досліджувати, як людина сприймає ті чи інші мімічні вираження партнерів по спілкуванню.

У вивченні мімічних компонентів невербальної комунікації можна виділити два основні напрямки досліджень. Перший – керується завданням, спрямованим на виявлення елементів обличчя (в першу чергу м'язів), які беруть участь в тих чи інших виразних рухах. Другий – займається проблемою декодування (зчитування) емоцій і віднесенням їх до певних систем та категорій [2, с.110–126].

Сучасні експериментальні дослідження [3] показали, що неконтрольовані мімічні вирази так званих основних або базових емоцій є суто специфічними і розпізнаються з високою мірою точності незалежно від расових, національних і культурних особливостей. На думку одних науковців, таких емоцій є шість: радість, горе, гнів, страх, здивування, відраза-презирство; на думку інших – дев'ять: інтерес, задоволення-радість, здивування, горе-страждання, відраза, гнів, сором, страх, презирство [3]. Коди мімічних паттернів, характерні для цих емоцій, були описані двояко: по-перше, з вказівкою на групи м'язів, що беруть участь у кожному мімічному вираженні, і, по-друге, з точки зору змін у взаєморозміщенні та формі окремих рис обличчя, також появи видимих змін тону м'язів.

При аналізі мімічних змін були виділені три автономні зони обличчя: область лоба та брів, область очей (очі, зіниці, основа носа) і нижня частина обличчя. Запропоновані своєрідні “формули” мімічних виразів, що фіксують характерні відмінності в кожній із трьох зон обличчя, стали об'єктом вивчення ряду досліджень, і в результаті цього були сконструйовані фотоеталони мімічних виразів ряду емоцій [3].

На формування вмінь за допомогою міміки передавати емоційні стани впливають три фактори: 1) вроджені видотипові мімічні схеми, що відповідають певним емоційним станам; 2) набуті, засвоєні, соціалізовані способи прояву емоцій, довільно контрольовані; 3) індивідуальні експресивні особливості, що надають видовим і соціальним формам мімічного вираження специфічних особливостей, які властиві лише даному індивіду.

Завданням вивчення міміки в нашому дослідженні є розгляд сукупних ознак, які передають емоційно-оцінне ставлення психолога-консультанта до комунікативного акту, а також розгляд мімічних невербальних компонентів як засобів самовираження, які несуть інформацію про стан учасників спілкування, їх ставлення і до співрозмовників, і до змісту самих висловлювань. Вважаємо, що сукупність мімічних проявів доцільно розглядати в єдності з жестикуляцією та фонаційними компонентами невербальної поведінки, станами та почуттями людини, оскільки саме ці

невербальні компоненти є найбільш представленими в репертуарі невербальної поведінки й легше піддаються декодуванню та наділені самопрезентаційними характеристиками.

Відносна самотійність жестів як складника системи невербальних компонентів комунікації і в той же час їх тісний взаємозв'язок із основним комунікативним засобом – мовою характеризується виділенням різноманітних типів і функцій жестів як поза їх зв'язком із мовленням, так і залежно від того, яку роль вони виконують щодо вербальних засобів.

У ході консультативної бесіди психологу-консультанту однаково важливо як стежити за жестикуляцією клієнта, так і контролювати та усвідомлювати власні жести. Умовне значення, яке склалося серед людей, що спілкуються однією мовою, і закріплене в традиції вживання жесту в спілкуванні мають символічні жести. Досить різноманітними є вказівні жести. Використання цих жестів супроводжується вказуванням рукою, пальцем чи тим, що є в руках на предмет розмови. Вказівним жестом може бути і кивок головою або ж просто погляд. Супроводжуючи мовлення, вказівні жести, як правило, заповнюють семантичні пропуски в репліці. Описово-показові жести слугують для наочної передачі за допомогою рук форми, розмірів предмета.

Характеризуючи ритмічні жести, Є.В. Красильнікова відмічає, що вони не локальні за своєю природою, тобто суперсигментні – вони накладаються на певні фрагменти тексту і підпорядковуються ритму мовлення [4, с.26]. Емоційні жести, які бажано розглядати разом із мімічними і фонаційними невербальними засобами, можуть передавати інформацію про почуття та стани тієї людини, яка їх продукує.

Семантично-змістові та смислові характеристики окремих жестів є неоднаковими в різних культурах. Однак серед них є і подібні жести, до яких можна віднести комунікативні (жести привітання, прощання, привернення уваги, заборони, стверджувальні заперечення і запитальні та ін.); модальні, тобто ті, що виражають оцінку, ставлення (жести схвалення, незадоволення, довіри і недовіри, розгубленості та ін.); описові жести, які мають смисл тільки в контексті мовленнєвого висловлювання.

Залежно від міри самотійності чи належності до висловлювання жести можуть або супроводжувати мовлення, доповнюючи його зміст, або ж практично повністю замінювати вербальне повідомлення.

Важливим для нас є те, що в спілкуванні жести виступають як знакові засоби і реалізують його основні функції. Саме тому, на наш

погляд, класифікацію жестів, запропоновану О.О. Петровою [8], слід вважати найбільш повною і досконалою. Аналіз жестової поведінки людини був проведений автором у рамках психо-семіотичного напрямку сучасної психології. Дана класифікація включає три групи жестів.

1. Жести-симптоми (виконують функцію самовираження): а) жести станів; б) жести процесів; в) модальні жести (суб'єктивно-оцінні).

2. Жести-регулятори (регулятивно-комунікативна функція) – управління контактом: а) фатичні жести (вступ у контакт); б) контактні жести (підтримка і підсилення контакту); в) ендні жести (вихід із контакту); г) спонукальні (імперативні) жести (спонукають партнера до дії).

3. Жести-інформатори (інформативно-комунікативна функція): а) об'єктні; б) суб'єктні.

Нашу увагу привернули детальність і розгорнутість даної типології жестів, врахування психологічних, семіотичних і паралінгвістичних особливостей жестової поведінки мовця, що стає додатковою інформацією про емоційний стан клієнта.

У лінгвістичній науці увага до створення типології жестів зростає завдяки зверненню цієї галузі науки до прагматичної, функціональної частини висловлювання. Стає помітним підсилення інтересу до жесту, який супроводжує мовлення і несе комунікативне навантаження, визначаючи однозначність висловлювання, заповнюючи його еліптичність.

Є.В. Красильникова [4] диференціювала жести відповідно до тих функцій, які вони виконують у висловлюваннях із певним комунікативним навантаженням: жест виступає елементом розмежування у повідомленні; жест сприяє виділенню головного на фоні другорядного; жест виділяє нове на фоні даного (рему на фоні теми); жест виконує модальні функції; жестом підтримується емоційність висловлювання; одна з важливих функцій – встановлення і підтримка контакту в спілкуванні; жест, наділений значенням спонуки; вказівна і зображувальна функції також передаються жестами.

Такі характеристики функціональної природи жестової поведінки неодмінно мають усвідомлюватися та аналізуватися психологом-консультантом з метою самопрезентації себе клієнту для підвищення ефективності консультативної взаємодії. На різну комунікативну наповнюваність жестових сигналів вказала Є.В. Красильникова [4], виділяючи серед них жести-слова і жести-висловлювання. Виконуючи вказівну функцію, жести-слова вживаються поряд із звуковою стороною мовлення і не здатні її залишити. Більш самостійними, внаслідок власної комунікативної сутності, є

жести-висловлювання. Вони можуть замінювати мовлення і розумітися без звукового супроводу. Так, наприклад, інтерпретуються без звукового супроводу такі жести: потирання долоньями рук одна одну – має значення чогось цікавого, незвичайного, або смачного (в залежності від мовленнєвої ситуації); піднятий до гори великий палець руки (всі інші пальці зігнуті в кулак, рука піднята на рівні грудей) легко розуміється, як “все чудово”, “здорово”, “все добре” та.ін.; нахили голови зі сторони в сторону – непогодження з позицією співрозмовника; нахили голови вперед – згода.

Тому, аналіз різних типологій кінесичних компонентів невербальних засобів комунікації демонструє складність класифікацій цих сигналів невербальної поведінки і потребує пошуку чинників, відносно яких можна було б провести більш універсальну диференціацію жестів людини. Та, незважаючи на це, вміння професійно використовувати жести психологом-консультантом у професійній діяльності позитивно впливатиме на процес надання психологічної допомоги клієнту.

Висновок. Перебуваючи у впорядкованих відношеннях між собою невербальні та словесні знаки разом з тим творять гіперпарадигму знаків комунікативної ситуації. Варто відмітити важливість адекватного використання засобів невербальної комунікації при самопрезентації психолога консультанта, особливо при формуванні першого враження у клієнта з метою налагодження довірливих відносин у процесі консультування. Міміка, візуальний контакт, жести виступають у ролі індикатора емоційного стану співрозмовника, розуміння якого забезпечує ефективність міжособистісної взаємодії. Саме невербальні засоби дають можливість зрозуміти справжні почуття і думки клієнта, оскільки їх поява обумовлена імпульсами підсвідомості, а неможливість підробити дані імпульси дозволяє довіряти цій мові більше, ніж вербальному каналу спілкування. Формування навичок використання невербальних засобів спілкування потребує часу для практичного оволодіння ними. Тому плануємо наші подальші дослідження з даної проблеми присвятити розробці тренінгу формування професійних навичок психолога-консультанта.

Список використаних джерел

1. Бутенко Н.Ю. Комунікативна майстерність викладача: навч. посібник / Н.Ю. Бутенко. – К.: КНЕУ, 2005. – 336 с.
2. Вальсинер Я. Невербальная коммуникация в диадах / Я. Вальсинер, Х. Миккин // Уч. зап. Тарт. гос. ун – та. – Тарту, 1974. – Вип. 335: (Труды по психологии), Кн.3. – С.47-56.

3. Изард К. Эмоции человека / К. Изард; [пер с англ. А. Татлыбаева]. – СПб.: Питер, 2000. – 464 с. – (Мастера психологии).
4. Красильникова Е.В. Жест и структура высказывания в разговорной речи / Е.В. Красильникова // Русская разговорная речь; [отв. ред. Е.А.Земская; АН СССР ИРЯ]. – М., 1983. – С. 214-235.
5. Крижанская Ю.С., Третьяков В.П. Грамматика общения / Ю.С. Крижанская, В.П. Третьяков. – [2 изд-ние]. – М.: Смысл. Академический проект, 1999. – 279 с.
6. Майерс Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб.: Питер Ком, 1998. – 684 с.
7. Морозов В.П. Невербальная коммуникация: экспериментально-теоретические аспекты / В.П. Морозов // Психологич. журнал. – 1993. – №1. – С. 18-31.
8. Петрова Е.А. Жесты в педагогическом процессе / Е.А. Петрова. – М.: Московское городское педагогическое общество. – М., 1998. – 222 с.

The article examines the peculiarities of self-presentation of psychologist consultant through non-verbal means of communication as a strategy of effectiveness of the consultative process. The analysis of the major components of non-verbal self-presentation in view of its importance in a professional activity of psychologist-practical worker in a process of consultative discussion realized.

Key words: non-verbal communication, spatial organization, emotional function, distance, eye contact.

Отримано: 8.11.2011 р.

УДК 159.9.07. – 123.1.314.04

О.О.Ставицький

Толерантність та прояви гандикапності

Стаття присвячена аналізу толерантності, її форм та впливу на формування характерологічних особливостей особистості. Толерантність розглядається як чинник, що не дозволяє сформуватись гандикапності, зумовлюючи позитивне ставлення до людей з обмеженими можливостями.

Ключові слова: гандикапізм, гандикапність, толерантність, інвалідність.