

УДК 316.74

Олена КОЛОМІЄЦЬ,
к.пед.н., доцент кафедри історії,
археології, інформаційної та архівної справи
Центральноукраїнського національного
технічного університету

ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КУЛЬТУРИ СПІЛКУВАННЯ

Як відомо, спілкування є однією з універсальних реальностей буття людини, а також необхідною умовою і специфічним видом її діяльності. Від нього значною мірою залежить психологічний клімат в установах, організаціях, на підприємствах. Саме в процесі спілкування виявляється їх організаційна та виробнича мобільність, конкурентні позиції в діловому світі. Характер спілкування обумовлюється етнічними, віковими, професійними, гендерними та багатьма іншими параметрами, які необхідно враховувати в міжособистісних стосунках. Ці стосунки є динамічним процесом комунікації, опосередкованими характеристиками, почуттями, настроями, схильностями його учасників. Отже, кожен комунікативний акт реалізується через взаємодію конкретних особистостей. Тому культура спілкування характеризується й психологічною складовою.

Актуальність цієї проблематики в наш час не викликає сумніву, адже психологія спілкування досліджує особливості взаємозв'язків людини з різними суб'єктами соціального середовища, допомагає їм пізнати світ і водночас себе, своє оточення, навчитися ефективно взаємодіяти з ним.

Дослідженню психологічних засад культури спілкування присвячено значну кількість наукових праць вітчизняних і зарубіжних авторів (А. Леонтьєв, Є. Рогов, І. Сайтарли, В. Семиченко, М. Філоненко, І. Цимбалюк та ін.). У наукових розвідках представлено широке коло психологічних проблем спілкування, висвітлюються теоретичні та методологічні аспекти процесу спілкування, шляхи його оптимізації.

До психологічних чинників комунікативного процесу, які визначають рівень культури спілкування, на думку фахівців, належать насамперед характер людини та психологічні механізми сприйняття.

Характер людини – це сукупність відносно стійких індивідуальних особливостей особистості. Вони відображають її ставлення до себе та інших людей, втілюються в типових способах поведінки і спілкування.

Психологічні механізми сприйняття обумовлюють побудову цілісного образу людини на основі оцінки її зовнішнього вигляду, поведінки та інших чинників.

При цьому психологічна опосередкованість комунікативної взаємодії набуває особливого значення, коли суб'єкти соціальної взаємодії виходять за межі формально-рольового, світського спілкування, тобто коли вони прагнуть спілкуватися на більш глибокому рівні. Така взаємна зацікавленість

змушує враховувати особистісні риси характеру співрозмовника, що є важливим компонентом комунікативної компетенції.

Основними умовами комунікативної компетенції вважають:

- моральну інтуїцію, тобто доцільне застосування певних морально-етичних вимог до співрозмовника або до кожного комунікативного випадку;
- комунікабельність, а саме – хист до спілкування, здатність домагатися ефективного контакту зі співрозмовниками в різних ситуаціях;
- уміння правильно визначати характер людини, її комунікативний психотип.

Першим запропонував класифікацію характерів давньогрецький лікар Гіппократ, який серед людей вирізняв холериків, сангвініків, флегматиків і меланхоліків.

Пізніше гіппократівська типологія людських характерів була покладена в основу сучасної класифікації типів темпераменту. Темпераментом називають вроджені властивості нервової системи, які відображають міру емоційної збуджуваності, реагування, пристосування людини до навколишнього середовища. Ця класифікація, в свою чергу, ґрунтується на механізмі інстинкту та силі або слабкості вищої нервової діяльності.

Темперамент є генетично запрограмованою складовою психіки, яка зумовлює специфіку емоційності людського характеру, що формується під впливом соціуму. Вітчизняна психологія розрізняє гіперактивний, дистимічний, емотивний, циклоїдний, демонстративний, зацикловальний, збуджувальний, екзальтований, педантичний, тривожний, інтровертований, конформний типи соціальних характерів.

Кожен з цих комунікативних психотипів має власні характеристики, за якими можна передбачити поведінку співрозмовників, визначити особливості спілкування з ними. Так, особи демонстративного характеру намагаються завжди бути в центрі уваги, досягати своїх цілей будь-якими засобами. У гіперактивної людини обов'язково викличуть роздратування монотонна робота, постійний контроль і дисципліна. Люди емотивного характеру як правило емоційно незахищені, тому вони гостро відчують життєві невдачі, образи, перебільшують наслідки подій, що ними відбуваються. Характерними ознаками збуджувального типу особистості є дратівливість, конфліктність, жорстокість, схильність до агресії. Носії педантичного характеру безумовно надійні у справах і почуттях, однак схильні до формалізму, можуть бути нав'язливими. А представники інтровертованого типу навіть у стосунках із близькими демонструють емоційну холодність, уперто відстоюють свою точку зору.

Отже, ефективне використання потенціалу культури спілкування потребує врахування психологічних особливостей суб'єктів взаємодії, їх сильних і слабких якостей.

На сьогодні визначено багато інших типологій соціальних характерів.

Хорватський психолог П. Міцич виокремлює дев'ять категорій співрозмовників. Серед них: безглузда людина, статечна людина, «всезнайка», балакун, «боягуз», «непрístupна людина», байдужа людина, «велике цабе», «чомучка». З огляду на рівень комунікабельності і моральності російський психолог А. Єгідес виокремлює сінтонний (спрямований на задоволення потреб партнера по комунікації), конфліктогенний (породжує конфлікти, стимулює взаємну агресію), нейтральний (відсутність конфліктогенів, незначна доброзичливість) стилі комунікативної поведінки.

Важливу роль у спілкуванні відіграють також психологічні механізми сприйняття. Йдеться про стереотипізацію, упередження, установки.

Стереотипізація – це формування враження про людину відповідно до певних стереотипів; приписування знайомих рис з метою прискорення чи полегшення міжособистісного спілкування. Стереотипи виникають на основі здатності людського мислення до створення загальних схем. Вони формуються як наслідок недостатньої поінформованості, результат узагальнення особистістю власного досвіду. Однак стереотипи допомагають швидко і досить надійно спрощувати уявлення про людину або явище, оформлювати у певні категорії та еталони соціальне оточення людини, полегшуючи його розуміння і прогнозування.

Якщо на перших етапах спілкування стереотипи допомагають орієнтуватися в новій обстановці, то в подальшому вони можуть суттєво заважати формуванню об'єктивного уявлення про людину. А це може спричинити соціальні і міжкультурні конфлікти, які виникатимуть на професійній, віковій, статевій, національній та інших основах.

Стереотипи формуються буденною свідомістю, тому вони часто бувають не тільки сумнівними, а й помилковими. Психологи радять перевіряти істинність чи хибність стереотипу лише в процесі аналізу конкретної ситуації.

Впливовим чинником, який свідчить про низький рівень культури спілкування і може зруйнувати міжособистісні стосунки, є упередження, тобто узагальнене судження про людей, опосередковане ворожим до них ставленням без достатніх на те підстав. Поширеним поясненням упереджень є гіпотеза про агресивну природу людини, сформульована у працях філософа Е. Фромма. Відомими формами упередження є: ксенофобія, расизм, будь-які інші види дискримінації.

Людина, яка у міжособистісних стосунках вдається до упередження, демонструє низьку моральну культуру, провокує почуття душевного дискомфорту, породжуючи зустрічну агресію.

На комунікативну поведінку людини впливають також установки як певні орієнтири, які обумовлюють особливості сприйняття дійсності. Установки можуть бути когнітивними, афективними і поведінковими.

На процес спілкування впливають і такі суб'єктивні чинники, як почуття вищості (живить задоволення людини собою), привабливості (схильність перебільшувати чесноти інших), ефект ореолу (загальне

сприятливе враження про людину, яке обумовлює позитивні оцінки всіх інших її якостей), «ставлення до нас» (доброзичливе ставлення до інших оцінюється краще, ніж критичне сприйняття), проектування (перенесення власних емоційних станів і якостей на іншу людину), первинності (оцінювання людини на підставі першого враження), останньої інформації (одержання негативної інформації про людину, здатної нейтралізувати попередню позитивну думку про неї).

Усі ці чинники можуть спричинити хибне розуміння співрозмовника, унеможливити з'ясування справжньої мотивації його слів і вчинків. Вони є серйозними перешкодами у здійсненні ефективної комунікації й налагодження конструктивних міжособистісних стосунків у будь-якій сфері людської діяльності.

Психологи розробили цілу низку прийомів корекції помилок сприйняття інших людей. Серед найбільш популярних способів такої корекції: більше уваги приділяти невербальній поведінці партнера; звертати увагу на помилкові дії партнера (обмовки, забування та ін.), за якими можуть ховатися почуття, які стримуються; відзначати для себе, як у людини виявляються соціальні потреби в емоційній підтримці й у визнанні; стежити за тим, в який бік партнер відхиляється від теми вашої розмови, що є ознакою приховання почуттів до співрозмовника [1; 99].

Отже, культура спілкування є невід'ємною складовою загальної культури людини. Від неї великою мірою залежить результативність відносин між індивідами. Знання і дотримання її основних положень необхідні для ефективного проведення будь-яких форм спілкування. Запорукою високого рівня культури спілкування є врахування психологічних особливостей суб'єктів взаємодії, правильна побудова комунікативної тактики, вміле застосування комунікативних прийомів та інструментів.

Джерела та література

1. Філоненко М. М. Психологія спілкування: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2008. 224с.