

Колотий Н. В.

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

ВАЖЛИВІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ НЕВЕРБАЛЬНИХ ЗАСОБІВ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ ФАХІВЦІВ ТЕХНІЧНОГО ПРОФІЛЮ

У статті висвітлено питання ролі невербальних засобів для збагачення та увиразнення вербальної комунікації в процесі передання інформації під час публічних промов спеціалістів технічного профілю на прикладі представників індустрії інформаційно-комунікаційних технологій. Наголошено, що багате мовлення з умілим та свідомим використанням невербаліки завжди буде запорукою успішної реалізації фахового і творчого потенціалу та формування іміджу особистості в усіх сферах професійної діяльності, навіть у тих, які традиційно вважаються опосередковано або взагалі не пов'язаними з ораторським мистецтвом. Підкреслено важливість формування та практикування відповідних навичок якомога раніше, як-от під час навчання у закладах вищої та професійно-технічної освіти, на спеціальних тренінгах із підвищення кваліфікації або у межах неформальної освіти та самовдосконалення. Описано основні канали та засоби невербального спілкування та їх взаємозв'язок із вербальними засобами. Наголошено на необхідності пошуку шляхів розвитку вміння поєднувати несловесні засоби спілкування зі словесними в конкретних мовленнєвих ситуаціях, а саме під час монологічного (аналітичної доповіді, звіту, презентації, публічного виступу) та діалогічного і полілогічного (дискусій, диспутів, нарад, ділових переговорів тощо) мовлення. Подано приклади та проаналізовано ораторські вміння відомих представників ІТ-індустрії: Стіва Джобса, який був неперевершеним оратором та вивів презентації інноваційних продуктів на новий рівень; Біла Гейтса, який одночасно є професіоналом своєї галузі і впливовим громадським діячем; Стіва Балмера – найхаризматичнішого генерального директора корпорації Microsoft та інших. Підкреслено важливість набуття знань та навичок міжкультурної комунікації, мовленнєвого етикету, комунікативної толерантності та рефлексивності для затребуваних фахівців на сучасному глобальному ринку праці та доречного і вмілого транслявання вищезазначеного широкому загалу у відповідних комунікативних ситуаціях.

Ключові слова: вербальна комунікація, невербальна комунікація, професійна комунікативна компетентність, ораторське мистецтво, мистецтво презентації.

Постановка проблеми. Розширення міжнародної співпраці та євроінтеграція зумовлюють потребу сучасного суспільства в ініціативних особах, які творчо мислять, володіють комунікативними вміннями і здатні до самореалізації у житті та професії. В одному з програмних документів ЮНЕСКО “Becoming enterprising: Technical guidelines” зазначено, що сучасний фахівець має реагувати на постійні соціальні зміни, а не залежати від набору вмінь і знань, здобутих під час навчання у вищому або професійно-технічному навчальному закладі. На світовому ринку праці акцент робиться на презентаційних вміннях, які дозволяють вправно поводитись з інформацією [1, с. 130–131].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Невербальний компонент, який становить технічний бік комунікації, став об'єктом наукового

дослідження у 40–50 роках ХХ століття. Наразі вивчені такі складники невербального компонента комунікації, як лицьова експресія (П. К. Анохін, В. О. Лабунська), жестикуляція (Л. А. Капанандзе, О. А. Петрова), кінесика (Х. Х. Міккін), проксеміка (Е. Холл), акустика мовлення та голосу (В. П. Морозов), пози (А. Мерабіан). Дослідження також довели можливість усвідомленого контролю особистістю власної невербальної поведінки (Н. І. Жінкін, В. О. Лабунська, Д. Н. Узнадзе та ін.), яка є одним із компонентів невербального складника комунікації.

Постановка завдання. Незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених вербальним і невербальним засобам комунікації, ще не достатньо висвітленою є проблема формування відповідних понять і навичок у фахівців технічного профілю. Це зумовлено тим, що науковці дослі-

джують проблему формування комунікативних навичок, насамперед у представників соціально-гуманітарних спеціальностей (економістів, менеджерів, юристів). При цьому поширеною є думка, що комунікативні навички не є основними в професійній діяльності фахівців технічного профілю.

Зважаючи на сказане, метою статті є пошук ефективних шляхів реалізації проблеми розвитку навичок використання взаємопов'язаних засобів вербальної і невербальної комунікації в процесі передавання інформації під час публічних виступів протягом навчання у закладах вищої та професійно-технічної освіти, на спеціальних тренінгах із підвищення кваліфікації або у межах неформальної освіти та самовдосконалення.

Виклад основного матеріалу. Невербальна комунікація – це система символів, знаків, які використовуються у процесі спілкування під час передавання повідомлення для більш повного його розуміння, яка не є залежною від психологічних та соціально-психологічних якостей особистості, має доволі чітке коло значень та яку можна описати як специфічну знакову систему.

Засоби невербальної комунікації відрізняються від мовних формою виявлення. Науковими дослідженнями доведено, що за рахунок невербальних засобів відбувається від 40 до 80% комунікації. Причому 55% повідомлень сприймається через вирази обличчя, позу, жести, а 38% – інтонацію та модуляцію голосу. Розвиток та вдосконалення навичок вербальної та невербальної комунікації є невід'ємною частиною розвитку особистості загалом, яка веде соціально активне життя, є професіоналом в обраній галузі. Доповідач може ретельно підготувати текст свого виступу, підібрати необхідні приклади, навести переконливі аргументи. Але якщо презентація матеріалу буде монотонною, мовець не використовуватиме можливості голосових інтонацій, пауз, жестів, не супроводжуватиме промову доречними мимічними змінами, то реакцію публіки можна передбачити. Уміння вдало переконувати, представляти інтереси колективу чи організації, захищати проекти, подавати нову інформацію – важливі складники успіху фахівця в будь-якій галузі чи сфері нашого сучасного життя. Знання невербальних засобів спілкування дає змогу не тільки краще розуміти співрозмовника, а й передбачати його реакцію на почуте, іноді розгадувати його наміри.

Численними дослідженнями встановлено, що невербальні засоби спілкування – це найпотужніший канал передавання інформації та основний засіб встановлення необхідного контакту

з аудиторією. Саме вони створюють атмосферу відкритості/закритості, позитивної/негативної налаштованості, впевненості/непевненості, зацікавленості/байдужості і, відповідно, формують довіру/недовіру між учасниками комунікації.

Засоби невербальної комунікації (за В. О. Лабунською [3, с. 35–37]) можна поділити на чотири системи, що у своєму складі містять групи:

1. акустичну систему становлять групи екстралінгвістики (паузи, покашлювання, сміх, позихання, плач) і просодики (тембр, висота, гучність, темп мовлення, особливості наголошування);

2. до оптичної системи належить кінесика, яка поділяється на експресію (комунікативно значущі рухи (поза, жести, міміка, хода); фізіономіка (експресія обличчя та фігури)), авербальні дії (дії з предметами, тілесні рухи, стук, скрип), контакт очей (спрямованість, частота контакту, тривалість); у цю систему (за Н. П. Волковою) можна включити артефакти (прикраси, манера одягатися, зачіска, косметика);

3. тактильно-кінестетична система включає такесіку (статичні та динамічні дотики, потиски рук, поплескування);

4. ольфакторна система містить набір природних та штучних запахів.

Як окрему групу вчені виокремлюють такий складник невербальної інтеракції, як проксемика, під якою розуміють дистанцію, взаємне розміщення під час спілкування.

Науковці погоджуються з такою позицією: невербальна комунікація, доповнюючи мову, допомагає правильно і вичерпно передавати, адекватно сприймати думки. Н. П. Волкова наводить дані психологів, згідно з якими 60–80% комунікації відбувається з використанням невербальних засобів; значущість у спілкуванні міміки, жестів становить 55%, інтонації – 38%, слів – 7%; більше 90% інформації у перші секунди спілкування передається невербальними засобами [2, с. 149]. Уміння володіти засобами комунікації засвідчують загальнокультурний досвід, виявляють індивідуальні особливості презентатора, оптимізують передавання, сприймання й розуміння інформації. Оскільки презентація має специфічну ціль – переконати слухача, то для успішної її реалізації мовленнєві та немовленнєві засоби впливу мають перебувати у гармонії. З одного боку, під час презентацій, бесід, переговорів необхідно вміння контролювати власні рухи, власну поведінку і міміку, з іншого – зчитувати інформацію невербальних засобів спілкування слухачів або партнерів, тому мову невербального спілкування

необхідно вивчати всім, хто зацікавлений у позитивному і результативному впливі на співрозмовників [8, с. 275]

Розвитку навичок спілкування сприятимуть такі види діяльності, як проведення презентацій і виконання проектів. В основі проекту перебуває певна проблема, для вирішення якої потрібно не лише володіти мовними знаннями, а й уміти працювати в команді з партнерами. Досить часто випускники вищих технічних закладів мають ґрунтовні знання профільних предметів, володіють аналітико-дослідницькими навичками та навичками прийняття рішень. При цьому в них спостерігається недостатній рівень розвитку комунікативних навичок та таких особистісних якостей, як толерантність, рефлексивність, мовленнєвий етикет.

Толерантність передбачає уважне ставлення до висловлювань свого партнера в процесі комунікації, вміння слухати і допитуватись до сутності висловлювання, а також уміння донести смисл свого висловлювання партнерові комунікації. Важливою у процесі комунікативної діяльності є така особистісна властивість, як рефлексія. Рефлексивність передбачає здатність суб'єкта комунікації «стати на місце іншого» – представника іншої культури, а також механізми проекції, ідентифікації та емпатії. Саме на ці якості розраховує партнер комунікації у процесі вирішення важливих професійних завдань, який хоче бачити не лише професійну майстерність співрозмовника, а й взаєморозуміння.

Техніка презентації – важлива комунікативна навичка, яку треба спеціально вивчати. Це вимагає вміння правильно відібрати, обробити та подати інформацію, адаптувати її до конкретної аудиторії, враховуючи професійні, демографічні, соціальні, гендерні, етнічні, релігійні і культурні особливості та можливі міжкультурні розбіжності в сприйнятті інформації. Звичайно, існують так звані природжені промовці, які цим навичкам не вчилися і все ж здатні робити блискучі презентації, але, на жаль, таких меншість. Та хоч талантом оратора володіють одиниці, навчитися здійснювати якісні презентації, вміло користуючись прийомами як вербальної, так і невербальної комунікації, можуть усі. Для подолання «штучності» спілкування, налагодження взаємодії, уникнення комунікативних невдач виникає необхідність у спеціальному навчанні використання невербальних засобів під час проведення диспутів, тренінгів, публічних виступів та презентацій.

Презентації проекту передують попередня робота, під час виконання якої не тільки готується презентаційний матеріал, а й планується сам процес презентації. Мета та завдання заходу визначаються на початку проекту, тому під час його виконання варто розробити структуру презентації, план «візуальної підтримки» через фіксовану в різних формах інформацію. Непростим для учасників є планування «простору» акції, утримання інтересу до свого виступу. Обговорення проектів (робота журі, написання рецензій учасниками) є прикладами мотивації аудиторії до уважнішого сприйняття заходу. Під час презентації однієї з груп можна продовжити рольові обов'язки представників іншої через серію завдань, одним із яких може бути експертиза та обговорення проекту. Для цього попередньо розробляється анкета оцінювання презентації експертами. Слухачі активно реагують на промовця, коли той до них звертається, активно ставлять питання після презентації [4, с. 52].

Доречно в межах спеціальних курсів або дисциплін, пов'язаних із мистецтвом публічних виступів, окремо розглядати тему «Невербальні засоби комунікації презентатора». Можна почати з вивчення засобів невербальної комунікації взагалі та розвитку відповідних навичок під час виконання спеціальних вправ, а потім зосередитися на «мові тіла» під час проведення публічних виступів, подивившись та проаналізувавши презентації відомих політиків, суспільних діячів, професіоналів гуманітарних та технічних галузей, зокрема представників надзвичайно актуальної ІТ-індустрії, до яких постійно прикута увага широкого загалу. Важливо об'єктивно оцінити переваги і недоліки їх стилю та поведінки, спробувати усвідомити, наслідувати і розвинути їх найкращі знахідки та прийоми. Можна почати, наприклад, із презентацій Стіва Джобса, який був неперевершеним оратором та вивів презентації інноваційних продуктів на новий рівень, перетворивши їх на захопливе шоу. Продовжити варто демонстрацією публічних виступів таких постатей, як Білл Гейтс, який вважається одним із найуспішніших публічних спікерів, оскільки вміє легко звернути увагу всього світу не тільки до нових технологій, а і до гострих проблем людства. Вартий уваги Стів Балмер із його незабутньою прощальною промовою перед співробітниками Microsoft, Павло Дуров на своєму першому публічному виступі на конференції DLD в Мюнхені, Томас Суарез – юний розробник прикладних програм, стиль презентацій якого всім нагадує Джобса, та безліч інших.

До монологічних форм професійного мовлення ІТ-фахівців можна зарахувати також наукові доповіді та звіти, значну частину яких виголошують на міжнародних конференціях, форумах, зборах. Монолог адресується групі фахівців чи широкому загалу з метою впливу і переконання. Необхідно пам'ятати, що під час монологічного мовлення відбувається втрата вихідної інформації, що може сягати від 50% до 80%. Участь у таких формах мовлення вимагає від ІТ-фахівців знання і дотримання норм і правил поведінки міжкультурної комунікації. Мовленнєвий етикет регулює використання комунікантами певних мовленнєвих формул відповідно до ситуації спілкування. Система одиниць мовленнєвого етикету відображає національно-культурну специфіку спілкування певного суспільства, оскільки вона пов'язана із затвердженими в суспільстві правилами невербальної поведінки, звичаями, традиціями носіїв мови. Етикетна поведінка допомагає виявити певні відносини і зв'язки, які існують у суспільстві, оскільки мовою етикету виражається багато фактів, що вказують на різницю у віці, соціальному статусі тощо.

Ораторському мистецтву визначних постатей в ІТ-індустрії, стиль донесення інформації і вплив на слухачів комбінацію вербальних і невербальних засобів комунікації яких ретельно аналізують і пропонують практикувати і наслідувати, присвячено чимало популярних книжок та наукових робіт як науковців (лінгвістів, психологів, експертів із соціальних комунікацій), так і журналістів. Так, наприклад, журналіст Кармін Галло – відомий автор книг про ділову комунікацію та мистецтво презентації. Він понад 15 років працював кореспондентом на каналах CNN, Fox, CNET та CBS. Перша книга з його серії про засновника компанії «Apple» Стіва Джобса – «iПрезентація» – отримала величезну популярність, стала бестселером Wall Street Journal і перекладена 20 мовами. Переклад назви звучить як «Секрети презентації Стіва Джобса», але книжкові маркетологи вирішили додати до назви слово «iПрезентація» (що відразу б відсилало до продукції «Apple»: iPod, iPhone). Кармін Галло проаналізував сотні виступів Джобса на різних заходах, якими стали щорічні презентації продуктів «Apple», які Стів

перетворював на детально прописану театральну постановку. Розбираючи ці шоу для інноваторів і фанатів, автор доводить, що кожна людина, яка поширює свої ідеї, виступає перед аудиторією, може вільно брати і використовувати прийоми Джобса, який радив максимально зробити все так, щоб не дозволити глядачам нудьгувати, та наголошував, що під час презентацій аудиторія хоче, щоб її інформували, навчали і розважали одночасно. Тому варто намагатися виконати всі ці три бажання, щоб повністю задовольнити своїх шанувальників. Джобс десятки разів репетирував свою презентацію, відточуючи свою майстерність і створюючи відчуття цілковитої імпровізації. Кожен крок і рух Стіва був виважений і продуманий до дрібниць. Це одна з причин успішності й ефективності його виступів.

Також Джобс усвідомлював, що люди сприймають інформацію по-різному, тому варто продумати і реалізувати способи впливу на візуалів (основний канал – зір, тобто яскравий візуальний ряд, 40% людей), аудіалів (слух, чітка структура текстів, робота над мовою, 20–30% людей) та кінестетиків (дотик, можливість відчутти продукт у руках, помацати його, 20–30% аудиторії). Якщо ж проігнорувати хоча б одну з вищезазначених категорій, то презентацію можна вважати невдалою. Джобс був справжнім майстром поєднання вербальних і невербальних засобів під час публічних виступів.

Висновки і пропозиції. Уміння ефективно та коректно використовувати вербальні і невербальні засоби комунікації під час публічних виступів суттєво підвищить цінність спеціаліста як на вітчизняному, так і на міжнародному ринку праці. Вибір необхідних засобів не є можливим без знання системи комунікативних заборон, етикету, врахування національних особливостей різних культур, адже невербальні засоби є найважливішим доповненням мовної комунікації, що здатні сприяти або ж перешкоджати плідному спілкуванню. Мовленнєві та немовленнєві засоби впливу на цільову аудиторію мають перебувати в гармонії. Володіння засобами комунікації засвідчує загальнокультурний досвід, виявляє індивідуальні особливості промовця, оптимізує передавання, сприйняття й розуміння інформації.

Список літератури:

1. Becoming enterprising: Technical guidelines. Bangkok: UNESCO Principal Regional Office for Asia and the Pacific, 1994. 144 p.
2. Волкова Н. П. Професійно-педагогічна комунікація : навч. посібник. Київ : Вид-во «Академія», 2006. 256 с.

3. Лабунская В. А. Невербальное поведение: Социально-перцептивный подход. Ростов-на-Дону : Изд-во Рост. ун-та, 1986. 135 с.
4. Вишневський О. І. Діяльність учнів на уроці іноземної мови: Посібник для вчителів. Київ : Рад. школа, 1989. 224 с.
5. Лабунская В.А. Невербальное поведение: структура и функции. Ростов: Изд-во Рост. ун-та, 1986. 130 с.
6. Колотій Н.В. Формування навичок невербальної комунікації у майбутніх ІТ-фахівців під час проведення презентацій англійською мовою. *Науково-методичний журнал ЧДУ ім. П. Могили «Наукові праці»*. Вип. 311. 2019. С. 97–99.
7. Кротік Н. Л. Навчання невербального спілкування на заняттях з англійської мови у вищих навчальних закладах немовних спеціальностей. *Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. Педагогічні науки*. 2010. № 3. С. 95–97.
8. Моркотун С. Б. Вербальні та невербальні засоби комунікації презентатора. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2013. № 14. С. 255–258.
9. Шилінська І.Ф. Розвиток навичок міжкультурної комунікації у майбутніх ІТ-фахівців у процесі вивчення іноземної мови. *Молодий вчений. Педагогічні науки*. 2017. № 10. С. 583–589.
10. Серединська І. В., Зозуля І. Є. Роль невербальних засобів у формуванні іміджу фахівця. *Матеріали XLIX науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ*. 2020. URL: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/29714?show=full> (дата звернення 01.04.2021).
11. Lucas Stephen E. *The Art of Public Speaking*. NY: McGraw-Hill, 2011, 448 p.

Kolotiy N. V. THE IMPORTANCE OF USING NON-VERBAL MEANS OF COMMUNICATION BY TECHNICAL PROFESSIONALS DURING PUBLIC SPEECHES

The article highlights the role of non-verbal means for enrichment and expression of verbal communication in the process of information transfer during public speeches of technical specialists on the example of representatives of the IT industry. It is emphasized that eloquent speech with skillful and conscious use of nonverbalism will always be the key to successful realization of professional and creative potential and formation of personal image in all spheres of professional activity, even in those traditionally considered indirectly or not related to public speaking. The importance of developing and practicing relevant skills as early as possible, for example when studying in higher and vocational education institutions, at special training courses or in the framework of non-formal education and self-improvement is considered highly important. The main channels and means of non-verbal communication and their relationship with verbal means are described. Emphasis is placed on the need to find ways to develop the ability to combine nonverbal communication with verbal in specific speech situations, namely during monologue speech: analytical report, presentation, public speech and dialogic and polylogical speech: discussions, debates, meetings, business negotiations etc. The speaking skills of well-known representatives of the IT industry are analyzed, namely Steve Jobs, who was an unsurpassed speaker and took presentations of innovative products to a new level, Bill Gates, who is both a professional and influential public figure, Steve Ballmer, the most charismatic Microsoft CEO and others. The importance of acquiring knowledge and skills of intercultural communication, speech etiquette, communicative tolerance and reflectivity for modern in-demand professionals in today's global labor market is highlighted.

Key words: *verbal communication, nonverbal communication, professional communicative competence, the art of public speaking, the art of presentation.*