**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ВЕРБАЛЬНОЇ ТА НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ СПІКЕРІВ В ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПАХ**

 Мистецтво впливу за допомогою публічних виступів, має давнє коріння. Колись цим займались переважно філософи, полководці, релігійні діячі, монархи, торговці впливаючи на різні групи людей. З розвитком людства, технологій та психології, люди все більше усвідомлювали можливості публічних виступів, накопичували численні наукові та ненаукові дані. Проте систематичне вивчення цього питання з боку психології було розпочате тільки в середині 20 столітті.

 Однією з перших монографій «Мімічні, жестові та фонічні засоби емоційно – комунікативної виразності» в 1976 опублікував німецький психолог і психіатр Карл Леонхард. Автор уперше проаналізував дослідження з проблем невербальної комунікації, починаючи з робіт Чарльза Дарвіна. Він вперше докладно класифікував вже розшифровані в різних джерелах невербальні сигнали, описав і показав у схемах, малюнках, на фотографіях значення сигналів міміки, жестів, визначив їх функції. Вчений звернув увагу, на те що[12]:

 – по-перше, всі сигнали обов'язкові при спілкуванні, хоча найчастіше не усвідомлюються тим, хто говорить, але враховуються тим, хто слухає, спостерігає за співрозмовником;

 – по-друге, невербальні сигнали спілкування є універсальними і не залежать від статі, віку, національності та культури (хоча і не все, але дуже багато можна зрозуміти, розмовляючи один з одним тільки невербальною мовою);

 – по-третє, невербальні сигнали універсального типу властиві і тваринам, без чого була б немислима їхня дресура і неможливо було спілкування людей з домашніми тваринами.

 Одним з найвідоміших у цій сфері дослідником невербальних сигналів спілкування є знаменитий австралійський психолог Аллан Піз – автор унікальної методики вивчння спілкування. Його книги «Мова рухів тіла» (Body language) вийшла 1978р. та «Нова мова рухів тіла. Розширена версія» 2015р. перекладена 26 мовами світу. Ці книги також допоможе усвідомити власні невербальні сигнали, навчить використовувати їх для ефективного спілкування». Не можна також залишити без уваги роботи американських вчених Джуліуса Фаста «Мова тіла» та Едуарда Холла «Як зрозуміти іноземця без слів», які були перекладені українською мовою і видані лише 1997 року[14]. Вони виявили такі важливі аспекти невербального комунікаційного процесу, як наміри учасників, справжні почуття невербальні елементи суттєво впливають як на нашу реакцію так і на оточуючих, що невербальні засоби (жести, міміка, постава, зоровий контакт, дистанція) часто виявляються більш виразними та ефективними, ніж слова.

***Вивчення вербальної комунікації спікерів базується на таких теоретичних підходах:***

*Лінгвістичний підхід*

Вербальне повідомлення оцінюється за такими критеріями, як логічність, послідовність і чіткість викладу (Блумфілд, 1933). Важливість правильного добору слів та граматичних конструкцій є основою для створення зрозумілих та переконливих повідомлень.

*Психолінгвістика*

Дослідження Чомскі (1957) вказують на зв'язок між мовними структурами та когнітивними процесами. Для спікерів важливо адаптувати свою мову до рівня розуміння аудиторії, використовуючи доступні та зрозумілі формулювання.

*Риторика*

Риторичний підхід (Аристотель, 4 ст. до н. е.) наголошує на важливості переконливих аргументів, стилістичних прийомів і структурованого викладу. У публічних виступах застосовуються три основні компоненти переконання: етос (довіра до спікера), логос (логічна аргументація) та пафос (емоційний вплив).

*Вплив емоційності мовлення*

Емоційна складова мовлення є одним із головних чинників залучення аудиторії. Дослідження Мейера (2006) демонструють, що емоційно забарвлені висловлювання запам'ятовуються краще, ніж нейтральні.

***Інтеграція вербальної та невербальної комунікації у публічних виступах***

*Синергетичний ефект*

Успішний спікер ефективно поєднує вербальні та невербальні засоби комунікації. Наприклад, слова переконання підсилюються жестами та відповідним інтонаційним забарвленням.

*Роль контексту*

Важливим є врахування контексту комунікації, у якому вербальні та невербальні елементи набувають різного значення. Наприклад, у формальних виступах акцент робиться на структурованості мовлення, тоді як у неформальних — на дружньому тоні та жестах.

*Вплив невідповідності*

Невідповідність між вербальними та невербальними сигналами може викликати у аудиторії сумніви у щирості спікера. Наприклад, якщо спікер говорить про важливість відкритості, але уникає зорового контакту, його слова можуть бути сприйняті як нещирі.

*Роль навчання та підготовки*

Тренінги для спікерів спрямовані на розвиток навичок гармонійного поєднання вербальної та невербальної комунікації. Методи, такі як відеоаналіз виступів або акторські техніки, допомагають покращити загальне враження від публічного мовлення.

 З початку 80-х. років минулого століття невербальний компонент комунікації став активно вивчатися вітчизняними вченими-лінгвістами, соціолінгвістами, психологами, психолінгвістами: Ф.С. Бацевич, А.М. Кузнєцова, Т.М. Дрідзе, Л.І. Матвєєва, В.А. Лабунська, Н.І. Формановська *Ф. С. Бацевич* у своїх роботах акцентував увагу на взаємодії вербального та невербального компонентів у міжкультурній комунікації, а також на значущих невербальних сигналах у формуванні соціального контексту мовлення. Його дослідження вплинули на розуміння комунікативних стратегій у різних культурах.[3] *А. М. Кузнєцов* розробив методику експертного оцінювання невербальних сигналів, яка використовується для аналізу жестів, міміки, позиції та інших складових невербальної поведінки. Це стало основою для розробки ефективних методів аналізу невербальної комунікації. *Т. М. Дрідзе* вивчала роль невербальних знаків у соціальній взаємодії та інтеграції. Її роботи зосереджені на соціальному аспекті невербальної комунікації, зокрема на її вплив на формування суспільної думки та міжособистісних відносин. ***Л. І. Матвєєва*** , яка досліджувала психологічний вплив невербальних сигналів, таких як погляд, інтонація та проксеміка (дистанція між співрозмовниками), на сприйняття інформації слухачами. Її роботи сприяли розумінню механізмів створення довіри у спілкуванні. ***В. А. Лабунська***, яка акцентувала увагу на невербальних проявах емоцій та їхньому зв'язку з психологічним станом людини. Ваше дослідження допомогло ідентифікувати певні батьківські поведінки, які вказують на емоційний стан співрозмовника. ***Н. І. Формановська***, яка зосередилася на питаннях гендерних аспектів невербальної комунікації, досліджуючи різницю у жестах, міміці та інтонації між чоловіками та жінками.[4]

Таким чином, завдяки цим дослідникам, у вітчизняній науці було створено обґрунтовану базу для аналізу невербальної комунікації, яка сьогодні широко використовується як у психологічній практиці, так і в соціальних, педагогічних та бізнесових контекстах.

**1.1. ПОНЯТТЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ НЕВЕРБАЛЬНОЇ  КОМУНІКАЦІЇ.**

 Комунікація - це передача інформації. Невербальне спілкування - найбільш древня і базисна форма комунікації. Зазвичай ми формулюємо свої думки у вигляді слів, а от вже наші пози, жести і міміка, виникають поза нашої свідомості. Засоби невербальної комунікації як своєрідна мова є таким же продуктом громадського розвитку, як і мова слів. Невербальна поведінка властива не тільки людині, а й всім групам тварин.

 Використання жестів, використання невербальних компонентів, частіше за все не аналізується мозком, це відбувається на рівні інстинктів та підсвідомості. Ми можемо вивчати ті чи інші аспекти використання жестів, але напряму стверджувати, що ми спеціально використовуємо якісь жести неможливо, бо частіше за все ми цей процес не контролюємо. Як правило фокусуються та контролюють свої невербальні прояви  переважно  професійні актори та політики.

 В сучасній психології існує цілий ряд наукових досліджень вербальної та невербальних комунікацій. Найбільш відомі роботи з цих досліджень можна зустріти у роботах Г.Гарднера, Р.Чалдіні, Ф.С.Бацевича, Г.Є. Крейдліна,   А.Піз, В.Б. Барабанової, Е.Каді, Д.Наваро та ін.

 Комунікативний процес реалізується за допомогою певних засобів — знакових систем. Їх поділяють на  вербальні (лат. verbalis — словесний); невербальні (безсловесні).

 Невербальна комунікація відбувається, як правило, не усвідомлено, мимовільно. Здебільшого люди контролюють своє мовлення, але на підставі аналізу їх міміки, жестів, інтонації можна оцінити правильність, щирість мовної інформації. Це ті фактори, які присутні в спілкуванні, але безпосередньо не пов’язані з текстами (пози, жести, міміка, мова простору, одягу, кольорів, манера спілкуватися) [1]

  Психологічно невербальні засоби забезпечують низку важливих функцій: ***Емоційна експресія.*** Жести, міміка та інтонація відображають внутрішній стан людини, дозволяючи іншим «читати» її емоції навіть без слів. Це особливо важливо у випадку, коли вербальне спілкування обмежено. ***Підтримка саморегуляції.*** Спостерігаючи за реакцією співрозмовника, людина отримує зворотній зв’язок, який хоче коригувати власну поведінку, адаптувати її до контексту. ***Підсилення вербального повідомлення.*** Невербальні сигнали підкреслюють важливі аспекти мови, роблячи комунікацію більшою переконливою та ефективною. ***Ідентифікація внутрішнього світу.***Здатність сприймати невербальні сигнали співрозмовника дозволяє краще зрозуміти його думки, мотиви, потреби, а також усвідомити свої власні емоції.

У психологічному аспекті невербальна комунікація є індикатором психоемоційного стану. Наприклад, тривожність може проявлятися у жорсткому або нервовому тембрі голосу, а впевненість — у відкритих позах і прямому зоровому контакті. Освоєння невербальних аспектів спілкування сприяє самопізнанню, підвищенню рівня емоційного інтелекту та розвитку соціальних навичок, що є необхідними для ефективної взаємодії в будь-яких соціальних ситуаціях.

 Один із компонентів, який може відігравати дуже велику роль - це перше враження. Во Франції говорять “перше враження саме вірне”. Інтуїтивно ми можемо оцінити людину саме за першим враженням. З іншого боку, для когось воно буде точним і правдивим, а для когось — не зовсім.

Більше того, часто буває так, що у свідомості людини зберігається спогад про серйозний конфлікт або неприємну проблему, і підсвідомо вона приписує подібні якості людям із схожою зовнішністю. Саме це привернуло увагу Гельма Гольца в 1925 році. Він звернув увагу, що фіксація першого враження у людей настільки сильна, що її змінити свідомо майже неможливо. Це пояснюється тим, що зорове сприйняття не контролюється зонами кори головного мозку.

Кора головного мозку відповідає за свідоме судження, а отже, чисто біологічне наше перше враження суттєво впливає на подальший контакт з людиною. Вона нам або подобається, або ні. І лише потім ми робимо свідомий висновок щодо побаченого.

 Окрім першого враження, успіх комунікації залежить від розуміння декількох найважливіших каналів комунікації. Ці канали часто працюють разом, формуючи комплексне сприйняття співрозмовника. Кожен з каналів доносить певні сигнали до співрозмовників, от саме їх доречності в конкретному контексті сприяє готовності чи неготовності до спілкування.

*1.Ольфакторний канал (запах)* Запахи відіграють важливу роль у сприйнятті людини та її оточення. Наприклад, у тваринному світі запах використовується для ідентифікації, демонстрації домінування чи готовності до взаємодії. У людей запах може підсвідомо впливати на перше враження.Приклад: Аромат парфумів може створити асоціацію із доглянутістю, впевненістю або елегантністю. Натомість запах поту чи сигарет може викликати негативну реакцію.У бізнесі аромамаркетинг використовують для створення сприятливої атмосфери в магазинах чи офісах.

*2. Зоровий канал (міміка, жести, пози)* Більшість інформації сприймається через зір. Зорові сигнали включають вираз обличчя, рухи тіла, жести, а також візуальне сприйняття зовнішності людини.Міміка: Усмішка вказує на доброзичливість, а нахмурені брови — на незадоволення.Жести: Підняття великого пальця означає схвалення у багатьох країнах, але в деяких культурах (наприклад, на Близькому Сході) може сприйматися як образливий жест.Пози: Схрещені руки можуть свідчити про закритість, тоді як відкриті долоні — про готовність до діалогу.

*3. Дотиковий канал (осязання)* Дотик може бути потужним засобом комунікації, який передає емоції та наміри. Він особливо важливий для людей із вадами зору.Приклад: Потискання руки є символом довіри та поваги. Легкий дотик до плеча під час розмови може створити відчуття підтримки.У деяких культурах (наприклад, серед латиноамериканців) фізичний контакт під час спілкування є нормою, тоді як у скандинавських країнах це може сприйматися як вторгнення у приватний простір.

*4. Інтонаційний канал (тон, модуляція голосу)* Інтонація допомагає передати емоції, ставлення та зміст повідомлення. Вона може змінювати сприйняття інформації навіть без зміни слів.Приклад: Фраза "Ти прийшов?" може прозвучати як радісне привітання або як докір залежно від тону.У китайській мові зміна інтонації змінює значення слів, наприклад, слово "ma" може означати "мати", "кінь", "скарга" або частку питання залежно від інтонації.Емоційна модуляція голосу (підвищення чи пониження тону) часто використовується для підкреслення важливих моментів у виступах або презентаціях.

*5. Символічний канал (зовнішній вигляд)* Символи у вигляді одягу, прикрас, татуювань чи аксесуарів передають багато інформації про людину, її соціальний статус, погляди та вподобання.Приклад: Діловий костюм у більшості культур асоціюється з професіоналізмом, тоді як спортивний одяг створює образ неформальності.Татуювання можуть відображати індивідуальність або приналежність до певної культури чи спільноти.Вибір прикрас або аксесуарів, наприклад, годинника, може натякати на матеріальний статус чи стиль життя.

Ці канали комунікації формують наше сприйняття інших, і розуміння кожного з них допомагає ефективніше взаємодіяти в соціумі*.*

* 1. **ЕТНОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ НЕВЕРБАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ**

 Дуже важливо розуміти, що однакові жести представників різних культур можуть значно відрізнятися за змістом та трактуватися по-різному. Тому, починаючи спілкування або співпрацю із зарубіжною компанією, обов’язково потрібно розуміти, як трактуються ті чи інші жести в цій нації, та яке значення надають їм місцеві жителі. Неправильне тлумачення жестів може призвести до виникнення незручної ситуації, тому перш ніж робити якісь висновки про значення мови рухів тіла людини та її жестів, необхідно знати її походження. Неправильна поведінка може не лише створити непорозуміння, а й завдати шкоди партнерству чи репутації.

 Однак в той же самий час вираження емоцій на обличчі майже повсюди тлумачиться однаково. Проведені дослідження в Каліфорнійському університеті, де представники 21 країни передивляючись світлини з виразами різних емоцій (щастя, злості, страху, смутку, подиву), повинні були визначити що означає ця емоція, переважна більшість представників усіх країн правильно визначили емоцію на світлині. Невербальне спілкування різних культур може суттєво відрізнятися, іноді навіть бути діаметрально протилежним. Аналізуючи міжкультурну комунікацію, важливо враховувати, що представники західних культур переважно зосереджуються на змістовній стороні спілкування — тобто на тому, що саме говориться. У східних культурах, зокрема в азійських, більше значення має контекст: з ким, коли і за яких обставин відбувається спілкування, тоді як зміст сказаного може вважатися вторинним.

**Низькоконтекстні та висококонтекстні культури**

Це термін, введений антропологом Едвардом Холлом для опису культур, у яких основна частина інформації передається через контекст, невербальні сигнали, підказки в навколишньому середовищі та попереднє знання ситуації. Культури можна класифікувати за ступенем важливості контексту в комунікації:

***Низькоконтекстні культури*** (США, Німеччина, скандинавські країни.) характеризуються прямим стилем передачі інформації. У такій культурі акцент робиться на чіткості й однозначності повідомлення: співрозмовник отримує інформацію та має безпосередньо на неї реагувати.

***Висококонтекстні культури*** (Країни Східної Азії, Японія, Китай, Корея,

Близький Схід, Україна, Росія, Латинська Америка ) відзначаються більшим значенням інтонації, невербальної поведінки та прихованих смислів. У цих культурах зміна інтонації може кардинально змінювати сприйняття сказаного.

*Японська культура: особливості невербальної комунікації* Японська культура є яскравим прикладом висококонтекстної комунікації. У спілкуванні японці значною мірою орієнтуються на невербальні сигнали, такі як вираз обличчя, жести чи тон голосу співрозмовника. Це впливає на побудову їхніх висловлювань і перебіг взаємодії загалом.

Сучасні японці дедалі частіше демонструють риси європейського стилю спілкування, однак традиційна увага до нюансів і деталей невербальної поведінки залишається невід'ємною частиною їхньої комунікації.

Однією з унікальних рис японців є здатність у процесі спілкування постійно адаптувати свою мову відповідно до невербальних сигналів співрозмовника. Це дозволяє їм зберігати гармонію у взаємодії та уникати потенційних конфліктів.

**Контактні** **та**  **неконтактні культури**

У міжкультурній комунікації прийнято розрізняти, залежно від рівня фізичної близькості та використання невербальних засобів спілкування. *До* ***контактних культур*** належать країни Південної Європи, Латинської Америки та Африки. Представники цих культур зазвичай активно використовують жести, скорочують фізичну дистанцію під час спілкування, частіше торкаються один одного та емоційно виражають свої почуття.

***Неконтактні культури*** характерні для країн Східної Європи, Північної Америки, а також для Кореї, Японії та Китаю. У цих культурах підтримується більша фізична дистанція, а мінімізація жестів та обмеження фізичного контакту є ознакою поваги чи емоційної стриманості.

*Географічні та кліматичні чинники*

Формування контактної чи неконтактної культури значною мірою залежить від кліматичних та географічних особливостей регіону.

***Південні народи*** (з теплим кліматом) частіше демонструють відкритість і емоційну експресивність, що виражається через велику кількість жестів, дотиків та скорочення дистанції в спілкуванні.

***Північні народи*** (з прохолодним кліматом) більш стримані у вираженні емоцій, а надмірна жестикуляція чи фізична близькість може викликати у них дискомфорт, недовіру або навіть відторгнення.

Такий підхід до розмежування культур допомагає краще розуміти специфіку комунікації в різних регіонах світу, а також уникати непорозумінь у міжкультурній взаємодії. Однак культурні відмінності в різних країнах занадто великі щоб знати всі, тому знаходячись в іншій країні, краще виражати емоції виразом обличчя.

**1.3. ХАРАКТЕРИСТИКА ТА КЛАСИФІКАЦІЯ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

 Невербальне — це спілкування за допомогою міміки, жестів і пантоміміки, через прямі сенсорні або тілесні контакти. Невербальне спілкування не припускає використання звукової мови, природної мови в якості засобу спілкування. Це тактильні, зорові, слухові, нюхові і інші відчуття і образи, що отримуються від іншої особи. Частина невербальних форм і засобів спілкування у людини є природженими (сміх, плач, міміка), частина набута в продовж життя (пантоміма, жести та ін) і дозволяють їй взаємодіяти не лише з собі подібними, але і з іншими живими істотами. Багатьом з вищих тварин, у тому числі і понад усе собакам, мавпам і дельфінам, дана здатність невербального спілкування один з одним і з людиною.

 Однією з найкращих на мою думку є класифікація невербального спілкування Ф.С. Бацевича, за якою невербальні засоби спілкування поділяються на: акустичні, оптичні,  тактильно – кінестетичні, ольфакторні, темпоральні. [ Таб.1]

**Кінесика**.

Першою серед невербальних засобів спілкування називають ***кінесику*,** або оптико-кінетичну систему, яка включає в себе жести, міміку і пантоміміку, рухи тіла, а також погляди.

***Міміка***– це експресивно-виразні рухи різних частин обличчя людини (особливо очей, рота), які передають психологічний її стан у певний момент часу.

***Пантоміміка***— це система виразних рухів людини, за допомогою яких вона демонструє іншим людям свій внутрішній психофізіологічний стан, або показує своє особисте ставлення до того, що відбувається з нею та навколо неї.

***Жести -*** це зовнішній прояв внутрішнього емоційно-психологічного стану людини. Використання жестів є найважливішим елементом рухових комунікацій. Зазвичай під мовою жестів маються на увазі руху рук, кистей, ніг, голови. Фахівці з невербальної комунікації виділяють п'ять типів жестів тіла.

*Жести -* *символи* вважаються мовою знаків, вони еквівалентні словам або фразам.

*Жести –* *ілюстратори*пов'язані безпосередньо з вербальною мовою, ілюструють слова, які вимовляє співрозмовник. Коли кажучи "Моє третє питання ..." (людина піднімає три пальці), такий жест називається ілюстратором.

*Жести -* *регулятори* керують усними комунікаціями, змушуючи відправника поквапитися, сповільнитися або повторити що-небудь. Прикладом може служити часте поглядання на годинник або постукування пальцями по столу під час бесіди.

 *Жести -* *афекту* вказують на емоційні стани, такі як гнів або збентеження, їх зазвичай видно у виразі обличчя. Прояви афекту відрізняються від трьох попередніх типів тим, що люди майже не можуть ними керувати. Наприклад, багато червоніють, коли сердяться, і при цьому стискають кулаки, стискають зуби, але мало що можуть зробити, щоб управляти цим проявом.

*Адаптери* також відносяться до жестів, якими людині важко керувати. Часто люди не усвідомлюють, що вони роблять такі жести. Пригнічене позіхання або охвачування руками обличчя від страху, є жестами-адаптерами.

***Такесика*** – це розділ невербальної комунікації, що вивчає використання дотиків у міжособистісній взаємодії. Цей аспект комунікації відіграє важливу роль у формуванні соціальних зв’язків, передачі емоцій і встановленні статусу в групі, також вивчає символічні дотики, які мають ритуальний характер.

 Дотики мають багатогранне значення та виконують різні функції, залежно від культурного контексту, соціальних норм і ситуації:

*Вітання та прощання:* дотики, такі як рукостискання, обійми чи поцілунки, сигналізують про початок або завершення соціальної взаємодії. Наприклад, у країнах Західної Європи поцілунок у щоку є поширеним способом вітання, тоді як у країнах Азії подібні жести можуть бути неприйнятними.

*Емоційна підтримка:* дотик часто використовується для вираження співчуття, підтримки або прихильності. Наприклад, обійми можуть передати емоції, які важко виразити словами.

*Демонстрація статусу:* у деяких культурах характер дотику може свідчити про соціальну ієрархію. Наприклад, у політичній сфері рукостискання часто використовується для демонстрації рівності чи домінування між сторонами.

*Ритуальні дотики:* торкання мечем до плеча під час ритуалу посвяти в лицарі; дотик священника під час благословення або відпущення гріхів;покладання руки на голову, що символізує захист або благословення, у багатьох культурах (крім тих, де дотик до голови є табу, як в Індії).

Тактильна комунікація є одним із базових аспектів невербальної взаємодії, що відіграє важливу роль у формуванні соціальних зв’язків. Вона переважно персоналізована, адже дотик у різних ситуаціях сприймається по-різному залежно від контексту, культури та стосунків між людьми.

***Гаптика*** – це галузь дослідження невербальної комунікації, що вивчає символічне значення дотиків у різних культурах. Дотик є одним із базових каналів сприйняття, який забезпечує передачу емоцій, інформації та формування соціальних зв’язків.

Дотики як форма взаємодії виконують кілька важливих функцій:

*Емоційна передача:* через дотики людина може виразити прихильність, підтримку, співчуття чи вдячність. Наприклад, обійми чи тримання за руку демонструють близькість і довіру.

*Соціальний статус і ієрархія:* характер дотиків часто відображає стосунки між людьми. Наприклад, дотик старшої людини до молодшої може сигналізувати про наставництво чи захист. Дотики використовуються для підкреслення важливості розлуки.

*Ритуальне значення:* у багатьох культурах дотики є частиною символічних дій, таких як релігійні обряди або церемонії посвяти, наприклад покладання рук священником під час благословення чи відпущення гріхів.

У військових чи лицарських традиціях, коли меч торкається плеча при посвяті в лицарі.

*Культурно обумовлені дотики:* у країнах Південної Європи або Латинської Америки дотики є частиною щоденної взаємодії.У країнах Азії чи Північної Європи мінімізація дотиків є нормою, а надмірний контакт може викликати дискомфорт.

Гаптика досліджується в кількох контекстах:

Міжособистісна взаємодія: роль дотиків у формуванні прив’язаності (наприклад, між матір’ю і дитиною).

Міжкультурна комунікація: адаптація до норм інших культур у професійному чи особистому спілкуванні.

Соціальна психологія: вплив дотиків на встановлення довіри, авторитету чи домінування.

Гаптика є важливим елементом невербальної комунікації, який допомагає встановлювати міжособистісні зв’язки, передавати емоції та формувати соціальні стосунки. Її дослідження дозволяє краще зрозуміти різноманітність комунікативних стилів у різних культурах і сприяє гармонізації міжособистісної взаємодії.

 Психологи рекомендують відстежувати***"жест в зв'язці з особою"*** і вважають, що він несе інформацію не тільки про якість психічного стану, скільки про інтенсивність його переживання.

Для людини, який виступає публічно, *рух рук* є важливим елементом невербальної поведінки. Знаменитий оратор стародавності Демосфен на запитання, що потрібно для гарного оратора, відповів так: "Жести, жести і жести!" [39]

***Пози –*** завдяки ним можна визначити психічний стан людини, деякі риси його характера, культурний рівень, відношення до людей, етнічне походження. Найбільш вивчені групи поз, що виражають відношення до партнера:

1) відкритість або закритість. Різні способи будувати свою позу як закриту- схрещені на грудях руки; сплетені в замок пальці, руки, що фіксують коліно того, що сидить у позі «нога на ногу»; відхилення спини назад і т. д.- відповідають і внутрішній закритості в контакті. Поза, що вказує на готовність до спілкування: людина посміхається, голова і тіло повернені до партнера, тулуб нахилений вперед.

2) домінування («нависання» над партнером, рука «забута» на плечі співрозмовника та ін.) або залежність (погляд знизу; ситуативна сутулість)

3) протистояння (людина стоїть, стиснувши кулаки, рука у боки, виставивши плече вперед) або гармонія (пози синхронізовані, відкриті, вільні).[2]

***Хода -*** елемент кінесичної підструктури, пов'язана з позою. Характер ходи вказує як на фізичне самопочуття і вік людини, так і на його емоційний стан. Елементами ходи є ритм, швидкість, довжина кроку, тиск на поверхню. Саме ці параметри формують образи рівної, плавної, упевненої, твердої, важкої, винуватої і інших видів ходи.

***Дотики***: рукостискання, поцілунки, торкання, погладжування, відштовхування. Інтенсивність і частота дотику відрізняються від приналежності до культури, статі, віку, статусу і типу особи. Дотики повідомляють як про емоційний стан, так і про характер взаємодії. Можна виділити: професійні (використовуються виключно в професійних або функціональних цілях, носять безособистісний характер: коли професіонал торкається до іншої людини, останній сприймається ним як об'єкт, а не як особистість); ритуальні (рукостискання, дипломатичні поцілунки і т. д.); дружні; любовні.

 Наші рухи завжди знаходяться на виду викриваючи людські емоції та ставлення до того що відбувається. Ми неспроможні вивчити всі жести мови рухів тіла, але можемо досить добре опанувати та прорепетирувати жести рук, щоб самостійно контролювати положення рук та їх рухи.  навчившись читати жести рук, можна виглядати більш упевненим та почуватися  більш успішним. Для успішного спілкування дуже важливо не тільки розуміти значення мови рухів тіла співрозмовника, але й вчитися усувати будь-які негативні жести з власного репертуару.

***Проксеміка*** -це система організації простору і часу спілкування. Спеціалісти виділяють чотири просторових зони, яких людина свідомо чи несвідомо дотримується при спілкуванні.

*Перша зона* – інтимна (від 15 до 46 см). У ній можуть знаходитись лише найбільш близькі йому люди.

*Друга зона* – так званий особистий простір (від 46 до 120 см).

*Третя зона* – соціальна (від 120 до 360 см). Таку відстань ми намагаємося зберегти в міжособистісному спілкуванні з малознайомими людьми, зокрема, на роботі.

*Четверта зона* — громадська (понад 360 см). Це та відстань, на якій бажано знаходитися лектору та оратору. Проксеміка включає не тільки дистанцію, а й орієнтацію людей у просторі.

 Невербальні сигнали особливо цінні тому, що вони спонтанні, несвідомі і на відміну від слів, завжди щирі [23] .

По невербальному каналу інформація транслюється в найрізноманітніших формах, які, на відміну від мовних, завжди багатозначні. Найважливішою особливістю невербальної комунікації є те, що вона здійснюється за участю різних сенсорних систем: зору, слуху, шкірно-тактильного почуття, смаку, нюху. Слухачі схильні наділяти більш високими достоїнствами людей з більше абсолютно звучною мовою (приємний тембр, інтонації і т. д.), приписувати володарям красивої мови не лише високі інтелектуально-естетичні і психологічні якості (симпатичність, інтелігентність, вченість, доброзичливість, великодушність, почуття власної гідності), але і значно більш високі партнерські і ділові характеристики (компетентність, надійність, ініціативність, енергійність, упевненість, зацікавленість) [23; 25] .

**Просодика та екстралінгвістика** ***Просодика*** охоплює характеристики мовлення, пов'язані зі звуковою організацією мовленнєвого потоку. Це невербальні засоби, що стосуються голосу та його вокалізацій: інтонація, гучність, темп, тембр, тональність, а також вкраплення у голос – сміх, плач, покашлювання, дикція тощо. Це ті властивості, які не передають прямого лексичного значення, але значною мірою впливають на його сприйняття. Основні елементи просодики включають: ***Інтонація -***  відображає мелодійність мовлення та виконує важливі функції в комунікації. Вона створює звуковий контекст висловлювання, надаючи йому додаткового емоційного, смислового та психологічного контексту. Інтонація дозволяє висловлювати почуття, таке як радість, гнів, смуток, здивування чи ентузіазм. Наприклад, підвищення тону може сигналізувати про роздратованість чи запитання, тоді як зниження – про завершення думки чи впевненість. ***Гучність*** як елемент просодики відображає силу голосу мовця і слугує засобом регулювання спілкування. Вона передає емоційний стан (гучність виражає впевненість чи збудження, тиха мова – спокійно чи невпевненість), привертає увагу до ключових фраз, структурує мовлення, а також адаптується до комунікативного середовища. Разом з іншими просодичними елементами, такими як темп і тембр, гучність формує виразність і емоційність мовлення, сприяючи його впливу на аудиторію. ***Темп***– це швидкість мовлення, яка впливає на сприйняття та емоційне забарвлення висловлювання. Швидкий темп сигналізує про збудження, ентузіазм або тривогу. Повільний темп асоціюється зі спокоєм, роздумами або сумом, полегшує засвоєння складної інформації. Швидкий активізує слухачів, підкреслюючи динамічність теми, та підкреслювати значущість окремих частин тексту. Часто темп залежить від темпераменту мовця, ситуації та контексту комунікації. Як елемент просодики дозволяє не лише передавати зміст, а й створювати потрібний емоційний фон, формуючи ефективну комунікацію. ***Тембр***– це унікальна якість звуку, яка надає голосу індивідуальності та виразності. Він показує душевний стан мовця та формує перше враження. М'який тембр створює відчуття доброзичливості та довіри. Різкий або грубий тембр може викликати напругу чи агресію. Тембр голосу є унікальним для кожної людини, дозволяючи слухачу розпізнавати мовця без видимого контакту. ***Тональність***– це зміна висоти голосу, яка впливає на інтонацію і сприйняття висловлювання. Підвищення тону може виражати питання чи здивування. Зниження тону сигналізує про завершеність висловлювання. Високий тон часто пов'язаний із радістю, тривогою чи ентузіазмом. Низький тон асоціюється із серйозністю, спокоєм або сумом. Тональність допомогає адаптувати мовлення до ситуації: формальної, емоційної чи повсякденної.

***Екстралінгвістика*** включає всі невербальні вокальні сигнали, які не є частиною основного мовленнєвого потоку, але супроводжують або доповнюють його. Вони служать маркерами емоцій, стану або ставлення мовця до співрозмовника чи ситуації. До таких засобів належать: ***Сміх.*** Виражає радість, іронію, нервовість або збентеження. Сміх може звучати м'яко або з металевими нотками, щиро або роблено. У деяких ситуаціях сміх- це кращий спосіб зняти напруженість або уникнути занурення в хворобливі почуття. ***Плач.*** Може мати багато проявів, від передавання смутку, болю, горя, розчарування або навіть радісті. ***Покашлювання.*** Може бути як фізичним актом, так і сигналом нервозності, незадоволення чи бажання привернути увагу. ***Дикція.*** Це чіткість вимови, яка впливає на зрозумілість повідомлення. ***Паузи.*** Це зупинки між словами чи фразами, які можуть служити для акцентування, створення драматичного ефекту чи сигналу обміркування. За допомогою паузи можна зробити інтонацію виразнішою. Пауза підкреслює значність того, що сказано, необхідність осмислити і зрозуміти це. Окрім логічних і емоційних бувають паузи-роздуми. Вони потрібні, щоб підшукати найкращий приклад, вдало сформулювати думку що з’явилася. Пауза допомагає добитися кращої дії на слухачів, підкреслити важливе.

 Голосові характеристики виступу є не тільки як засіб передачі слів, але й як потужний інструмент невербальної комунікації. Хоча індивідуальні характеристики голосу не можуть служити надійним показником особистості, проте слід пам'ятати про важливу особливість сприйняття людини по голосу. Слухачі схильні наділяти більш високими достоїнствами людей з більше абсолютно звучною мовою (приємний тембр, інтонації і т.д.), приписувати володарям красивої мови не лише високі інтелектуально-естетичні і психологічні якості (симпатичність, інтелігентність, вченість, доброзичливість, великодушність, почуття власної гідності), але і значно більш високі партнерські і ділові характеристики (компетентність, надійність, ініціативність, енергійність, упевненість, зацікавленість) [23; 25] .

***Проксеміка*** -це система організації простору і часу спілкування. Спеціалісти виділяють чотири просторових зони, яких людина свідомо чи несвідомо дотримується при спілкуванні.

*Перша зона* – інтимна (від 15 до 46 см). У ній можуть знаходитись лише найбільш близькі йому люди.

*Друга зона* – так званий особистий простір (від 46 до 120 см).

*Третя зона* – соціальна (від 120 до 360 см). Таку відстань ми намагаємося зберегти в міжособистісному спілкуванні з малознайомими людьми, зокрема, на роботі.

*Четверта зона* — громадська (понад 360 см). Це та відстань, на якій бажано знаходитися лектору та оратору. Проксеміка включає не тільки дистанцію, а й орієнтацію людей у просторі.

 Невербальні сигнали особливо цінні тому, що вони спонтанні, несвідомі і на відміну від слів, завжди щирі [23] .

По невербальному каналу інформація транслюється в найрізноманітніших формах, які, на відміну від мовних, завжди багатозначні. Найважливішою особливістю невербальної комунікації є те, що вона здійснюється за участю різних сенсорних систем: зору, слуху, шкірно-тактильного почуття, смаку, нюху. Слухачі схильні наділяти більш високими достоїнствами людей з більше абсолютно звучною мовою (приємний тембр, інтонації і т. д.), приписувати володарям красивої мови не лише високі інтелектуально-естетичні і психологічні якості (симпатичність, інтелігентність, вченість, доброзичливість, великодушність, почуття власної гідності), але і значно більш високі партнерські і ділові характеристики (компетентність, надійність, ініціативність, енергійність, упевненість, зацікавленість) [23; 25] .

**1.4. ХАРАКТЕРИСТИКА ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Вербальне спілкування властиво тільки людині, бо в якості обов'язкової умови припускає вміння говорити. По своїх комунікативних можливостях воно набагато багатіше за усі види і форми невербального спілкування, хоча в житті не може повністю його замінити. Сам розвиток вербального спілкування неодмінно спирається на невербальні засоби комунікації [26].

**Вербальна комунікація** – це процес передачі інформації за допомогою мови, усної чи письмової. Вона є невід’ємною частиною соціальної взаємодії, після забезпечення чіткості та структурованості передачі думок, ідей, емоцій та досвіду.

***Усна комунікація:*** включає діалоги, монологи, публічні виступи. Вона є гнучкою, інтерактивною, може змінюватися залежно від зворотного зв'язку.

***Письмова комунікація:*** включає листи, електронні повідомлення, статті, записки. Вона структурована, забезпечує ретельну організацію висловлювання та часто фіксується для подальшого використання.

 В цій роботі я збираюсь досліджувати саме процес вербальної комунікації  пов'язаний з усною комунікацією.

Усна вербальна комунікація базується на системі мови, яка включає фонетику, лексику, граматику.

Вона поділяється за такими ознаками:

***Інформативна:*** передача фактів, знань, новин (наприклад, лекція, звіт).

***Емоційно-експресивна:*** вираження почуттів, настрою, ставлення (наприклад, вірш, емоційне звернення).

***Прагматична:*** спонукання до дії, переконання, вплив на поведінку (наприклад, рекламне звернення, наказ).

За типом взаємодії вона розділяється: *діалогічна* (діалог між учасниками) та *монологічна*  (публічний виступ, лекція).

Вербальна комунікація – це не лише механічна передача слів, а й багатовимірний процес, який інтегрує логіку, емоції, культурний досвід і соціальні ролі, створюючи її центральним елементом людської взаємодії. Успішність вербальної комунікації залежить від реакції слухачів та їхнього розуміння сказаного.

 У свою чергу необхідно звернути увагу на те, що невербальна поведінка людини включає в себе два компоненти: перший компонент - етологічний. Етологія — це використання певних ритуалів, запахів, моделей міміки, жестикуляції в конкретних ситуаціях. Це є біологічною основою людської поведінки. **Другий підхід** до невербальної комунікації — це вивчення окремих невербальних компонентів, таких як проксеміка, міміка, жестикуляція, пантоміміка, альфакторика, гаптика. Наприклад, досліджуючи окремі жести людини, ми можемо створити словник цих жестів, але слід пам’ятати, що ці жести самі по собі не використовують. Вони проявляються тільки тоді, коли відбувається певний процес, і не можуть бути відірвані від конкретної ситуації.

 Тобто, якщо ми говоримо про патології, ми дивимося на ситуацію в цілому і як проявляється невербаліка, а якщо розглядаємо невербальні компоненти як окремі складові, то вони не завжди і не постійно проявляються у людини.

**1.5. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ПСИХОСОМАТИЧНОГО ПРОЧИТАННЯ ТІЛА СПІКЕРА**

 Публічний виступ – це складна психофізіологічна діяльність, яка включає когнітивні, емоційні та соматичні аспекти. Тіло спікера під час виступу є не лише засобом передачі інформації, але й індикатором його емоційного стану, впевненості та рівня стресу. Психосоматичне прочитання тіла дозволяє аналізувати, як психологічні фактори впливають на тілесні прояви спікера, а також використовувати ці знання для покращення якості виступів.

 У публічних виступах тіло спікера виконує роль посередника між внутрішнім емоційним станом і зовнішньою аудиторією. На основі теорії психосоматики (Александер, Гроддек) можна допустити, що соматичні прояви є відображенням глибинних душевних переживань. Дослідження у сфері емоційного інтелекту (Саловей і Майєр, 1990-ті роки) демонструють, що здатність усвідомлювати свої емоції впливає на контроль тілесних реакцій під час виступу**.** Публічні виступи часто супроводжуються стресом, який активує симпатичну нервову систему. Це може проявлятися у фізичних симптомах, таких як тремтіння рук, сухість у роті або пришвидшене серцебиття (Сельє, 1976).

**Психосоматичні прояви тіла спікера**

*Положення голови:* опущена голова може свідчити про невпевненість, тоді як надзвичайно висока піднята голова, про напруження чи захисну позицію.

 *Напруження в шиї*: відображає внутрішні конфлікти, зокрема страх перед аудиторією або необхідність “утримувати маску” впевненості.

*Міміка:* недостатньо виразна міміка може вказувати на емоційне блокування тоді як Надзвичайна багата міміка може вказувати на спробу компенсувати невпевненість.

 *Очі:* уникання зорового контакту з аудиторією показує тривогу чи страх оцінки.

 *Тремтіння рук:* результат активації нервової системи через стрес.

 *Закриті жести:* (схрещені руки) можливо сигналізують про бажання захиститися від аудиторії.

*Динамічні жести:* завелика жестикуляція може бути спробою приховати тривогу.

*Сухість у роті та зміна тембру голосу*, пов'язане з активацією стресових реакцій.

*Затримка дихання або посилення дихання*, вказує на напруження та спробу контролювати емоції.

 *Скутість* відображає страх помилки або самоконтролю.

 *Непосидючість* вказує на тривожні розлади або неспроможність заспокоїтись.

*Покращення комунікативної ефективності* Спікери, які розуміють свої тілесні прояви, краще контролюють враження, які вони справляють на аудиторію. Психосоматичні техніки допомагають мінімізувати соматичні прояви стресу, такі як тремтіння чи суворість у роті. Усвідомлення та контроль тілесних сигналів сприяють формуванню впевненого образу спікера.

Психосоматичне прочитання тіла спікера під час публічних виступів є місцем інструменту для розуміння впливу емоційних і психологічних факторів на поведінку. Робота з тілесними проявами дозволяє спікерам краще адаптуватися до стресових ситуацій, що покращує якість їхньої комунікації та взаємодії з аудиторією.

**1.6. СПЕЦИФІКА** **ВЗАЄМОДІЇ ВЕРБАЛЬНИХ ТА НЕВЕРБАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ У ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПАХ.**

 Комунікативні навички ми починаємо освоювати з самого народження, та освоюємо все життя. Серед них особливе місце займає ораторське мистецтво та вміння виступати перед аудиторією - це найпотужніший важіль, завдяки якому ми можемо впливати одразу на  десятки, сотні, а інколи навіть на тисячі людей.

 Якщо розглядати вплив оратора на аудиторію, то переважна більшість науковців схиляються до такої розстановки:

- зміст матеріалу впливає на переконання аудиторії на - 15%;

- вплив тілесних параметрів (жестикуляція, пози, посмішка та ін.) - 55%;

- голосові параметри (інтонація, швидкість, гучність та ін. особливості мови) - 30%.

 З цього можна зрозуміти що невербальна частина прояву спікера займає переважну більшість і саме по невербальній складовій людини, можна зчитати його ставлення до співрозмовників, до самого себе та до теми яку він викладає. Головна умова хорошого комунікатора - це контакт. Саме добрий контакт з аудиторією створює умови для розкриття та сприйняття інформації.  Базова навичка хорошого викладача або спікера - це вміння помічати невербальні особливості і створювати довірливу атмосферу, за рахунок їх використання.

 Однак мало хто під час виступу замислюється, які психологічні прийоми вербальної та невербальної комунікації  використовує спікер,  та як вони впливають на публіку.

 Є багато професіоналів своєї справи яким є що сказати, однак вони не завжди можуть зробити так, щоб їх почули, а головне довірились їм. Тож першочергове завдання спікера, захопити увагу аудиторії і тільки після цього він зможе доносити свої думки та впливати на слухача.  Але при цьому дуже важливо розуміти, чи співпадає метаповідомлення яке він транслює невербально, з тим що він говорить.

Метаповідомлення які транслює оратор, можна умовно поділити  на три види:

- перше, це метаповідомлення  що ми думаємо про себе;

 ( що говорить наше тіло про себе:  я хвилююсь, чи я впевнений; я спеціаліст, чи  я новачок;  я рад вас бачити, чи я злюсь на вас; я задоволений, чи мене щось турбує;)

- друге, це метаповідомлення про аудиторію ( ви мені подобаєтесь, чи ні; я вірю в вас, чи дуже сумніваюсь в вас,) відношення оратора до аудиторії;

- трете, відношення до теми яку викладає лектор ( я також не в захваті, що мені потрібно вам про це розказувати, але це моя робота) сприйняття яке транслює викладач по відношенню до свого предмету, впливає на те як його сприймає аудиторія.

Тобто кожного разу коли спікер виходить перед аудиторією він повинен перевіряти себе, що він транслюємо по відношенню до себе, яке його ставлення до глядача, та  до тієї теми яку він збирається транслювати своїй аудиторії.

 Специфіка взаємодії вербальних і невербальних елементів у публічних виступах виникає в їхній синергетичній ролі: кожен компонент, хоча й може функціонувати автономно, досягає своєї максимальної ефективності лише в гармонійному поєднанні з іншими. Вербальні засоби забезпечують структуру, логіку та змістовну насиченість виступу, тоді як невербальні аспекти забезпечують функцію підсилення емоційного впливу, формування довіри та утримання уваги аудиторії. Успішний публічний виступ – це не лише про вдалий добір слів, а й про вміння передати ці слова через інтонацію, міміку, жести та позу. Як показують дослідження, саме невербальні сигнали часто бувають вирішальними в процесі комунікації, бо вони є більш універсальними та інтуїтивно зрозумілими для слухачів. Отже, ефективна взаємодія вербальних і невербальних елементів дозволяє не лише донести інформацію, а й створити емоційний зв’язок з аудиторією, вплинути на її сприйняття та забезпечити якісний зворотний зв’язок. Тому спікер, який усвідомлює і використовує цю взаємодію, має значно більше шансів досягти поставлених комунікативних цілей.

**РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ АСПЕКТІВ У ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПАХ**

Дослідження комунікативних аспектів публічних виступів базується на міждисциплінарному підході, який враховує психологічні, соціологічні та лінгвістичні аспекти. Основою методології стали наступні компоненти:

Теоретична база для обґрунтування дослідження спиралося на праці з теорії комунікації, зокрема моделі передачі інформації (Клод Шеннон і Уоррен Вівер), концепцію когнітивної обробки інформації та елементи теорії соціальної взаємодії. Значну увагу приділено вивченню невербальної комунікації, яка включає міміку, жести, позу, зоровий контакт і просторову поведінку. Теоретична база також включала дослідження впливу аудиторії на спікера та навпаки.

Для аналізу комунікативних аспектів було використано комбінований підхід, що включає:[39]

***Спостереження****.* Здійснювалося пряме спостереження за публічними виступами в різних умовах (навчальні аудиторії, конференції, тренінги).

***Аналіз відеозаписів****.* Вивчалися відеоматеріали виступів, що дозволило детально аналізувати невербальні сигнали.

***Опитування аудиторії****.* Учасникам пропонувалося оцінити якість виступу за різними параметрами, включаючи логічність викладу, вплив емоційного фону та невербальних проявів.

***Експериментальні методи****.* Для перевірки гіпотез було проведено серію експериментів. Учасників поділили на групи, кожна з яких переглядала однаковий матеріал у різних умовах: без звуку, з використанням лише вербальної комунікації, з фокусом на невербальну взаємодію.

**Кількісний та якісний аналіз**
Результати дослідження аналізувалися з використанням статистичних методів (кореляційний аналіз, дисперсійний аналіз) для визначення взаємозв'язків між параметрами. Якісний аналіз зосереджувався на інтерпретації невербальних сигналів та їхнього впливу на загальне сприйняття виступу.

**Індивідуальні характеристики спікерів та аудиторії**
У дослідженні враховувалися особистісні особливості спікерів, такі як рівень харизми, впевненість у собі, емоційна стабільність. З боку аудиторії оцінювалися рівень емпатії, когнітивна складність і готовність до взаємодії.

**2.1. ОБҐРУНТУВАННЯ МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ВЕРБАЛЬНОЇ ТА НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

 Своє дослідження я проводила спираючись на методику експертної оцінки невербальної комунікації за А. М. Кузнєцова.

 А.М. Кузнєцов – радянський психолог, який спеціалізувався на дослідженнях у сфері невербальної комунікації, психології спілкування та поведінкових проявів. Він розробив методику експертної оцінки невербальної комунікації, яка використовується для аналізу невербальних сигналів, таких як міміка, жести, поза, рухи та інтонації.

Ця методика орієнтована на професійне застосування в таких сферах, як психологічне консультування, психодіагностика, а також у судовій психології. Вона базується на спостереженні та аналізі поведінкових проявів людини, щоб зрозуміти її емоційний стан, сховані мотиви.[24]

Основна ідея перетворюється в оцінювання невербальних сигналів спікера групою експертів або підготовлених респондентів, що дозволяє змінити, наскільки вони досягають цілей комунікації та сприймаються аудиторією.

Основні етапи :

***1. Підготовка матеріалу для аналізу:*** відбір 4 відеозаписів публічних виступів спікерів конференції TED (невідомі респондентам); та 4 спікерів які відомі фокус – групі. Попередня класифікація сигналів на невербальні категорії (жести, пози, міміка, голосові характеристики).

***2. Вибір експертів або респондентів:*** Експерти можуть бути спеціалістами в галузі психології, комунікації, лінгвістики або соціології. У разі, коли окремих експертів можна використовувати підготовлених респондентів із фокус-групи, яким надані інструкції щодо оцінки конкретних невербальних характеристик.

***3. Оцінювання невербальних проявів:*** Кожен респондент заповнює спеціальну анкету, в якій оцінюються такі параметри, як: впевненість спікера (пози, жорсткості, контакт очей); емоційна забарвленість (інтонація, міміка);  відповідність між вербальними та невербальними сигналами.

***4. Обробка результатів:***
 Отримані оцінки аналізуються для виявлення узгодженості між експертами або тенденціями у сприйнятті респондентів. Та складаються у порівняльні таблиці та графіки.

   Методика експертної оцінки А. М. Кузнєцова є одним із найефективніших інструментів для аналізу невербальної комунікації, що дозволяє оцінити не тільки окремі невербальні сигнали, а й їхню узгодженість із вербальним контекстом. Розумінню механізму впливу на аудиторію та ефективності комунікації загалом. Використання цієї методики в дослідженні дозволяє отримати якісні дані, необхідні для аналізу специфіки комунікації, зокрема в публічних виступах, і дає можливість розробити рекомендації для вдосконалення комунікативних навичок спікерів.

**2.2. ОПИС МЕТОДИКИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК СПІКЕРІВ**

**Опис дослідження.**

 Дослідження проходило таким чином: група реципієнтів з восьми людей від 16 до 60 років, дивилися відео двох груп спікерів.

 Перша група з чотирьох спікерів була незнайома до того реципієнтам, на 5-6 хвилин вмикалось відео без звуку і після перегляду цього відео група заповнювала анкети, щоб виявити наскільки їм зрозумілі їх невербальні засоби комунікації. Після того, це саме відео група передивлялася вже зі звуком і знов заповнювали анкети.

 Другий етап експерименту, де спікери вже були знайомі групі. Спочатку це відбувалося без звуку, а потім вмикався звук і знов заповнювалися анкети після кожного етапу.

**Інструкція.**

З приведених питань анкети (Додаток А) висловити свою думку про деякі особливості поведінки людини та спілкуванні її з аудиторією. На кожне з питань пропонується чотири варіанти відповідей. Респонденту треба вибрати той з них, який на його погляд, найточніше характеризує цю людину. Обведіть у бланку відповідей ту букву, яка відповідає вибраній вами відповіді.

***Обробка і інтерпретація даних:*** кожне питання має чотири варіанти відповіді і кожному варіанту приписується певний бал від одного до чотирьох (А- 4 бали; Б- 3 бали; В- 2 бали; Г- 1 бал).

Методика дає можливість діагностувати три параметра невербального спілкування:

 1) Загальна оцінка невербального репертуару людини з точки зору його різноманітності, гармонійності, диференційованої- питання 1, 5, 8, 12, 15, 17. Кількісна оцінка цього параметра може варіюватися від +9 до - 9 балів.

2) Чутливість, сензитивність людини до невербальної поведінки іншого (експерта-спостерігача), здатність до адекватної ідентифікації питання 2, 4, 7, 11, 14, 18, 20.

Кількісна оцінка варіюється від 28 до 7 балів.

 3) Здатність до управління своїм невербальним репертуаром адекватно мети і ситуації спілкування- питання 3, 6, 9, 10, 13, 16, 19.

Кількісна оцінка варіюється від 23 до 2 балів.

 Рівень розвитку кожної з описаних здібностей обчислюється як сума 30 балів за відповіді на відповідні питання 5, 8, 12, 19 із отриманих балів віднімаються із загальної суми по кожному з трьох параметрів).

 По кожному оцінюваному параметру знаходиться середнє арифметичне значення кожного експерта. Ці оцінки розглядаються як показники рівня розвитку кожної з трьох описаних вище здібностей суб'єкта невербальної комунікації. На основі сумарних оцінок за трьома аналізованими параметрами визначається загальний показник рівня розвитку перцептивно-комунікативних можливостей людини. Цей показник може варіюватися від 0 до 60 балів. Далі проводиться якісний аналіз структури невербальної комунікації протестованного. Бланк методики наведено у (Додатку А) [29].

 Метод дає можливість отримати об'єктивні дані, наприклад, через відеоаналіз і кодову систему для оцінки. Дозволяє досліджувати динаміку невербальних сигналів у різних контекстах (наприклад, порівняти поведінку спікера на початку і наприкінці виступу).

**2.3. ПСИХОЛОГІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙ**

Для проведення емпіричного дослідження за участю контрольної групи. Були проведені роботи, спрямовані на глибокий аналіз, постановки та реакції респондентів на різні аспекти комунікації.

В дослідженні приймало участь 8 респондентів контрольної групи (віком 16–60 років). З метою аналізу ставлення та сприйняття інформації в різних умовах, було використано комбінований підхід, який компенсує кількісні та якісні методи дослідження. Використано анкетування, спостереження, фокус-групи та порівняльний аналіз для глибокого вивчення сприйняття інформації в різних умовах комунікації.

1. ***Анкетування респондентів***

Анкети складаються з відкритих і закритих запитань, які оцінють:

- Невербальні аспекти сприйняття (жести, міміка, пози, зоровий контакт).

- Вербальні елементи (інтонація, темп, тональність, зміст виступу).

- Емоційний вплив (рівень довіри, симпатії, захоплення чи скептицизму).

- Формування загального враження про спікера.

*Структура анкети:*

- Закриті, наприклад, запитання: шкала Лікерта для оцінки рівня довіри до спікера.

- Відкрийте, наприклад, запитання: “Що саме у поведінці спікера викликало у вас симпатію чи недовіру?”

1. ***Спостереження***

Респонденти під час перегляду відео знаходяться під спостереженням для аналізу:

Невербальних реакцій (усмішок, нахилів вперед, скептичного погляду тощо).

Інтенсивність залучення (наскільки активно вони стежать за відео).

Методика:

Спостереження за стандартизованою схемою, яка включає оцінювання кожного з факторів за бальною системою.

1. ***Фокус-групи***

Після завершення кожного етапу респонденти беруть участь у групових дискусіях, де обговорюють свої враження.

Основні фокус-групи:

Обговорення емоційного враження від виступу спікера.

Виявлення факторів, які викликали найбільше позитивних чи негативних реакцій.

Порівняння вражень від вербальних і невербальних складових комунікацій.

Формат:

Модератор задає питання, спрямовані на уточнення оцінок респондентів, наприклад: “Що найбільше вплинуло на ваше ставлення до спікера?”

1. ***Порівняльний аналіз***

На останньому етапі порівнюється з першим і другим етапами:

- співпадіння оцінок для спікерів до і після додавання звукової складової;

- виявлення відмінностей у ставленні до знайомих і незнайомих спікерів;

- узагальнення факторів, які найбільше впливають на ефективність комунікації (наприклад, невербальні аспекти або якість голосу).( Додаток Б)

- ключові фактори впливу: визначення того, які аспекти комунікації (вербальні чи невербальні) мають найбільше значення для формування позитивного чи негативного враження.

Методи аналізу:

Кореляційний аналіз для визначення взаємозв'язків між оцінками респондентів та їх невербальними реакціями.

Кількісне порівняння показників залученості.

 Комбінація методів опитування, спостереження, проективних технік та експертної оцінки дозволяє створити комплексну картину сприйняття комунікації респондентами. Отримані результати сприяють розумінню того, які аспекти вербальної та невербальної поведінки мають найбільший вплив на ефективність публічних виступів.

*Комплексний підхід до аналізу ефективності комунікації*

Для отримання повної картини сприйняття інформації респондентами використовуються комбінації кількостей (анкетування, порівняльний аналіз) і якісних методів (спостереження, фокус-групи).
Переваги підходу:

* Забезпечення всебічного розуміння вербальних і невербальних аспектів комунікації.
* Виявлення емоційних і когнітивних факторів, які впливають на ефективність комунікації.
* Узагальнення досвіду різних груп респондентів для розробки універсальних рекомендацій для спікерів.

*Практичне значення дослідження*

Отримані результати сприянням:

* Розробка тренінгових програм для спікерів із покращення невербальної та вербальної комунікації.
* Формування рекомендацій щодо побудови ефективного емоційного контакту з аудиторією.
* Застосування отриманих знань у галузях публічних виступів, маркетингу, освіти та політики.

Висновок

Застосування багатокомпонентного підходу до оцінки ефективності комунікації дозволяє глибше усвідомити процес сприйняття інформації аудиторією. Використання анкетування, спостереження, фокус-групи і порівняльного аналізу є основою для науково обґрунтованих висновків, які сприяють підвищенню якості комунікації спікерів та їх взаємодії з аудиторією.

**РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ У ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПАХ**

**3.1. ПІДГОТОВКА ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ВИБІР РЕСПОНДЕНТІВ**

 ***Мета дослідження***

 Дослідити відмінності та ставлення у сприйнятті інформації, учасниками контрольної групи віком 16–60 років, при перегляді відео спікерів конференції TED у різних умовах: без звуку, а потім тих самих відео зі звуком; а також залежно від попереднього знайомства зі спікерами. Виявити які саме психологічні аспекти впливають на сприйняття та схильність до спікера.

***Методи та процедура дослідження***

 Пошук попередніх досліджень пов’язаних з темою «Психологія вербальної та невербальної комунікації особистості у публічних виступах», я здійснювала через Web-of-Science, Cochranelibrary. Пошук здійснювався за наступними ключовими словами: «вербальна та невербальна комунікація», «вплив на аудиторію», «методи маніпуляції за допомогою невербальних проявів», «психологічне сприйняття спікера», «спостереження за аудиторією».

 ***Учасники***

 Пошук учасників дослідження здійснювався серед відвідувачів груп психоемоційної підтримки «Мілітарі ХАБу» м. Київ, віком 16–60 років, які не мають попереднього досвіду професійної оцінки невербальної або вербальної комунікації. Вибірка була сформована на основі добровільної участі, за критеріями віку. Загальна кількість осіб, які відповідали критеріям включення, склала 8 людей ( 6 жінок, 2 чоловіків)

***Дизайн дослідження***

Дослідження мало «експериментальний дизайн» з двома етапами перегляду 8 відео. Перед експозиційною сесією з усіма учасниками було проведено роз’яснення.

Вони були проінструктовані про хід експерименту без зазначення його мети, щоб уникнути упередження.

Показувалися відео спікерів без попереднього опису їхніх особистостей чи контексту виступів.

 Весь процес був поділено на 2 дні, в перший день група передивлялась перші 4 відео, заповнювала анкети, та робила порівняльний аналіз.

На наступний день група передивлялась наступні 4 відео і так само заповнювала анкети, та робила порівняльний аналіз.

**1**. Перегляд 4 відео [30; 31; 32; 33] без звуку протягом 5-6 хв., в яких спікери не були знайомі учасникам (оцінка невербальної комунікації).

**2.** Перегляд тих самих відео [30; 31; 32; 33]зі звуком (оцінка вербальних і невербальних аспектів одночасно). Обидва етапи завершуються заповненням анкети (Додатк А) , що базуються на методиці експертної оцінки невербальної комунікації. М. Кузнєцова, а потім обговоренню в групі.

**3.** Перегляд наступних 4 відео [34; 35; 36; 37] де спікери знайомі для фокус-групи, без звуку протягом 5-6 хв. (оцінка невербальної комунікації)

**4.** Перегляд тих самих відео [34; 35; 36; 37] зі звуком (оцінка вербальних і невербальних аспектів одночасно). Обидва етапи завершуються заповненням анкети (Додатк А) , що базуються на методиці експертної оцінки невербальної комунікації. М. Кузнєцова і обговорення в групі.

**5.** Заповнення анкети «*Опитувальник визначення рівня перцептивно-невербальної компетентності Г.Я. Розен»* (Додаток Б)

**6.** Обговорення групоюексперименту.

**3.2. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ АНКЕТУВАННЯ**

 Аналіз результатів відбувався після перегляду відео спікерів та заповненню анкет. Кожен з 8 респондентів заповнив по 16 анкет (Додаток А), 1 анкету (Додаток 2) Які дали можливість проаналізувати, наскільки сприйняття невербальної поведінки знайомого групі спікера співпадає  з його промовою. І чи змінюється сприйняття незнайомого групі спікера після прослуховування його зі звуком.

 Після цього за методикою А.М. Кузнецова, я підрахувала По кожному оцінюваному параметру знаходиться середнє арифметичне значення кожного експерта. Ці оцінки розглядаються як показники рівня розвитку кожної з трьох здібностей суб'єкта невербальної комунікації.

**1 шкала** : Враження від міміки та жестів.

**2 шкала** : Інтонація, емоційна забарвленість голосу.

**3 шкала** : Узгодженість між невербальними та вербальними елементами.

***Інтерпретація даних:***

1.Зростання оцінок після перегляду відео зі звуком.
 Усі випробувальні значно підвищили загальні оцінки за всіма шкалами після того, як додався звуковий компонент. Це ознака про важливість вербального аспекту комунікації у формуванні сприйняття.

2.Диференціація за шкалами.

***Перша*** шкала демонструє найбільший контраст між оцінками без звуку і зі звуком. Випробувані змінили свої оцінки про спікера після можливості прослухати його слова.

***Друга*** шкала підтверджує помітний ряд показників, особливо у тих випробуваних, які відзначали високі показники на етапі зі звуком (наприклад, №3, №6).

***Третя*** шкала демонструє стабільність певних параметрів сприйняття, однак виражений приріст оцінок у анкетах з №1, №5, №6.

1. Вплив гендеру.

Загальне сприйняття вийшло, що жінки оцінювали відео більш позитивно, ніж чоловіки. Наприклад, випробуванні №6 і №3 продемонстрували найвищі оцінки.

Чоловіки (№7, №8) дали нижчі оцінки як на першому, так і на другому етапах. Це можна свідчити про різні стилі сприйняття комунікації у представників різних станів.

Результати демонструють, що загальне сприйняття значно зростає при перегляді відео зі звуком, що вказує на важливу словесну складову для створення цілісного образу спікера.

 Результати цього етапу підкреслюють вплив вербальних сигналів на сприйняття респондентом незнайомого йому до того спікера, та значно покращують невербальні прояви спікера в очах аудиторії.

**3.3. ВІЗУАЛІЗАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Першим етапом експерименту було проведення методики А. М. Кузнецова на оцінку невербальної комунікації (див. табл. 2.2).

 **Таблиця 2.2 Результати дослідження за методикою А. М. Кузнецова**

 **Етап 1 :** аналіз відео [30] «Що відбувається в голові у прокрастинатора /Тім Урбан /TED українською» (спікер незнайом)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № випробуваного/ стать | 1 шкалаБез звуку / зі звуком | 2 шкала Без звуку/ зі звуком | 3 шкала Без звуку/ зі звуком | Загальне сприйняття Без звуку/зі звуком  |
| 1 / ж | 2/8 | 9/16 | 12/23 | 23/47 |
| 2 / ж | 3/7 | 9/12 | 12/18 | 24/37 |
| 3 / ж | 3/6 | 14/28 | 17/20 | 34/54 |
| 4 / ж | -1/5 | 11/20 | 12/20 | 22/45 |
| 5 / ж | 4/8 | 10/19 | 14/23 | 28/50 |
| 6 / ж | 5/9 | 16/28 | 9/21 | 30/58 |
| 7 / ч | 3/8 | 18/28 | 8/18 | 29/54 |
| 8 / ч | 2/6 | 10/16 | 9/16 | 21/38 |

**Таблиця 2.3. Результати дослідження по методиці А. М. Кузнєцова**

**Етап 1:** Аналіз відео [31] «Мова вашого тіла формує вас /Емі Кадді/ TED українсько». (спікери незнайомі)

| № випробуваного/ стать | 1 шкала Без звуку / зі звуком  | 2 шкала Без звуку / зі звуком | 3 шкала Без звуку / зі звуком | Загальне сприйняття Без звуку / зі звуком |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 / ж | 0/7 | 8 / 14 | 5/12 | 13 / 33 |
| 2 / ж | -4 / 6 | 12 / 20 | 7 / 13 | 15 / 39 |
| 3 / ж | -2 / 4 | 15 / 22 | 9/15 | 22 / 41 |
| 4 / ч | -3 / 5 | 10/18 | 4 / 11 | 11 / 34 |
| 5 / ч | 1/6 | 9/14 | 6/10 | 16 / 30 |
| 6 / ж | 2/8 | 14 / 22 | 7 / 12 | 23 / 42 |
| 7 / ж | -5 / 3 | 8 / 17 | 2/8 | 5 / 28 |
| 8 / ч | -1/4 | 11/15 | 6/9 | 16 / 28 |

**Таблиця 2.4. Результати дослідження по методиці А. М. Кузнєцова**

**Етап 1:** Аналіз відео [32] «Гумор як соціальний клей /Дмитро Корнелюк/ TEDxLviv» (спікери незнайомі)

| № випробуваного / стать | 1 шкала без звуку / зі звуком | 2 шкала без звуку / зі звуком | 3 шкала без звуку / зі звуком | загальне сприйняття без звуку / зі звуком |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 / ж | 2/9 | 10/19 | 13 / 21 | 25 / 49 |
| 2 / ж | -3 / 4 | 8 / 16 | 9/15 | 14 / 35 |
| 3 / ж | 1/5 | 12 / 20 | 10/18 | 23 / 43 |
| 4 / ж | -1/7 | 14 / 21 | 11 / 19 | 24 / 47 |
| 5 / ж | 0/6 | 11/18 | 12 / 20 | 23 / 44 |
| 6 / ж | 3/8 | 13 / 24 | 14 / 22 | 30 / 54 |
| 7 / ч | 2/5 | 12 / 19 | 10/18 | 24 / 42 |
| 8 / ч | -1/4 | 9/17 | 8 / 14 | 16 / 35 |

**Таблиця 2.5. Результати дослідження по методиці А. М. Кузнєцова**

**Етап 1:** Аналіз відео [33] «Чому лише критичне мислення може врятувати нас від великої людської дурості/MED Goblin / TEDxKyiv» (спікери незнайомі)

| № випробуваного/ стать | 1 шкала без звуку / зі звуком | 2 шкала без звуку / зі звуком | 3 шкала без звуку / зі звуком) | загальне сприйняття без звуку / зі звуком) |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 / ж | 1/7 | 8 / 14 | 5/12 | 14/ 33 |
| 2 / ж | 0 / 6 | 12 / 20 | 7 / 13 | 19 / 39 |
| 3 / ж | 1 / 6 | 15 / 22 | 9/15 | 1 / 43 |
| 4 / ч | 1 / 5 | 10/18 | 4 / 11 | 15 / 34 |
| 5 / ч | 1/6 | 9/18 | 6/11 | 16 / 35 |
| 6 / ж | 1/8 | 13 / 23 | 8 / 12 | 23 / 42 |
| 7 / ж | -3 / 3 | 8 / 19 | 4/8 | 5 / 30 |
| 8 / ч | 1/4 | 13/15 | 6/9 | 20/ 28 |

**(Діаграма 1)**



**Діаграма 1** створена на основі таблиць 2.2; 2.3; 2.4; 2.5. Вона демонструє середні оцінки трьох комунікативних елементів (міміка та жести, інтонація, узгодженість вербальних і невербальних елементів) за двох умов: без звуку та зі звуком, при тому що спікерів реципієнти бачили вперше і ілюструє, як голосові аспекти впливають на сприйняття кожного компонента невербальної комунікації.

**Наступні таблиці демонструють дослідження тієї ж фокус – групи , де спікери вже були їм знайомі. (ЕТАП 2)**

**Таблиця 2.6. Результати дослідження по методиці А. М. Кузнєцова**

**Етап 2:** Аналіз відео [34] "Я ненавіджу план Б" – Арнольд Шварценеггер (спікер знайомий)

| № випробуваного / стать | 1 шкала без звуку / зі звуком | 2 шкала без звуку / зі звуком | 3 шкала без звуку / зі звуком | загальне сприйняття без звуку / зі звуком |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 / ж | 8/8 | 20 / 24 | 14 / 19 | 28 / 51 |
| 2 / ж | 5/5 | 19/ 19 | 16 /12 | 40 / 36 |
| 3 / ж | 7/7 | 20 / 26 | 18 / 20 | 45 / 53 |
| 4 / ж | 6/6 | 20/ 22 | 14/18 | 40 / 46 |
| 5 / ж | 7/7 | 20/ 23 | 21 / 21 | 48 / 51 |
| 6 / ж | 4/ 4 | 18/18 | 19/19 | 41 / 41 |
| 7 / ч | 2/6 | 13 / 21 | 11/19 | 26 / 46 |
| 8 / ч | 3/5 | 19 / 19 | 16/16 | 38 / 40 |

**Таблиця 2.7. Результати дослідження по методиці А. М. Кузнєцова**

**Етап 2:** Аналіз відео [35] "Майбутнє, яке ми будуємо (Ілон Маск)"

 (спікер знайомий)

| № випробуваного / стать | 1 шкала без звуку / зі звуком | 2 шкала без звуку / зі звуком | 3 шкала без звуку / зі звуком | загальне сприйняття без звуку / зі звуком |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 / ж | 3/7 | 12 / 21 | 11/18 | 26/46 |
| 2 / ж | 4 / 4 | 19/19 | 16/16 | 39 / 39 |
| 3 / ж | 4/6 | 20 / 23 | 16/19 | 40/ 48 |
| 4 / ж | 5/5 | 20/ 20 | 17 / 17 | 42 / 42 |
| 5 / ж | 2/8 | 14 / 22 | 12 / 20 | 28 / 50 |
| 6 / ж | 9/9 | 21 /17 | 16/ 14 |  46/ 40 |
| 7 / ч | 4/6 | 19 / 24 | 15/18 | 38/48 |
| 8 / ч | 0/5 | 12 / 20 | 9/15 | 21 / 40 |

**Таблиця 2.8. Результати дослідження по методиці А. М. Кузнєцова**

**Етап 2:** Аналіз відео [36] "Передбачення Білла Гейтса: Ми не готові до нової епідемії" (спікер знайомий)

| № випробуваного / стать | 1 шкала без звуку / зі звуком | 2 шкала без звуку / зі звуком | 3 шкала без звуку / зі звуком | загальне сприйняття без звуку / зі звуком |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 / ж | 8/8 | 20/20 | 22/18 | 50 / 46 |
| 2 / ж | 5/5 | 14/16 | 15/15 | 34 / 36 |
| 3 / ж | 6/6 | 22/22 | 19/19 | 21 / 47 |
| 4 / ж | 4/ 4 | 19/18 | 16/ 14 | 39/ 36 |
| 5 / ж | 5/7 | 20/23 | 20 / 20 | 45/ 50 |
| 6 / ж | 9/9 | 26/ 26 | 21 / 21 | 56 / 56 |
| 7 / ч | 1/6 | 13 / 22 | 9/17 | 23 / 45 |
| 8 / ч | 5/5 | 19/19 | 22/22 | 46/46 |

**Таблиця 2.9. Результати дослідження по методиці А. М. Кузнєцова**

**Етап 2:** Аналіз відео [37] "Гончаренка було не зупинити! Таке Верховна Рада давно не чула" (спікер знайомий)

| № випробуваного / стать | 1 шкала без звуку /зі звуком | 2 шкала без звуку / зі звуком | 3 шкала без звуку / зі звуком | загальне сприйняття без звуку / зі звуком |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 / ж | 8 / 9 | 25 / 25 | 21 / 21 | 54/ 55 |
| 2 / ж | 5 / 6 | 20 / 20 | 17 / 17 | 42/ 43 |
| 3 / ж | 7 / 7 | 12 / 12 | 11 / 11 | 30 / 30 |
| 4 / ж | 4 / 5 | 18 / 18 | 18 / 16 | 40 / 39 |
| 5 / ж | 3 / 8 | 15 / 22 | 12 / 20 | 30 / 51 |
| 6 / ж | -2 /0 | 10 / 12 | 11 / 11 | 19 / 23 |
| 7 / ч | 2 / 6 | 14 / 24 | 10 / 18 | 26 / 48 |
| 8 / ч | 5 / 5 | 13 / 21 | 9 / 16 | 22 / 42 |

**Діаграма 2** створена на основі таблиць 2.6; 2.7; 2.8; 2.9. Вона демонструє середні оцінки трьох комунікативних елементів (міміка та жести, інтонація, узгодженість вербальних і невербальних елементів) за двох умов: без звуку та зі звуком, при тому що спікери знайомі реципієнтам. Вона ілюструє, як голосові аспекти впливають на сприйняття кожного компонента невербальної комунікації.

**(Діаграма 2)**

**РОЗДІЛ 4. АНАЛІЗ ВЕРБАЛЬНОЇ ТА НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ОСНОВІ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ**

**4.1. ВПЛИВ НЕВЕРБАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ НА СПРИЙНЯТТЯ ФОКУС ГРУПИ**

Питання анкет оцінювали аспекти невербальної комунікації (міміка, жести, постава, контакт очима) та інтегроване сприйняття (ставлення до спікера, його переконливість, харизма).

***Таблиця 2.2.***  аналізуючи відео без звуку [30] (спікер незнайомий)

Ключові аспекти сприйняття спікера учасниками, це невербальні сигнали: міміка, жестикуляція, зоровий контакт, пози.

 Основними індикаторами настрою та емоційної сприйняття виступу [30], були перші враження. У частини групи було сприйняття, що спікер зажат, часто дивиться в підлогу, соромиться, деякі з групи вирішили що його задача розсмішити зал. Але дві людини з групи припустили, що він багато працює за комп’ютером, тому верхня частина тіла в нього зажата.

Без звуку:

Енергетична жестикуляція спікера та активний рух на сцені допомагали утримати увагу.

Вирази обличчя Тіма Урбана часто змінюється, що частина фокус-групі інтуїтивно сприймала як емоційну залученість.

Проста структура слайдів підсилює візуальну комунікацію.

Зі звуком:

Живий і гумористичний стиль мовлення спікера робить відео захоплюючим.

Тональність голосу, паузи та зміни інтонації посилюють ключові меседжі.

У поєднанні зі звуком невербальні елементи виглядають природно і підкріплюють загальний ефект. При перегляді [30] відео зі звуком, у більшості групи змінилась думка про спікера. Переважна більшість оцінила, що його промова співпадає з його невербальними проявами, і що в другій частині він став набагато впевненішим, але верхня частина його тіла залишилась зажата і це підтвердилось тим, що він письменник.

***Таблиця 2.3.*** аналізуючи відео без звуку [31] (спікер незнайомий)

У відео [31] спікера з не дуже енергетичною жестикуляцією, учасники оцінили як «невпевнений», «розгублений», навіть не знаючи змісту його промови.

Без звуку:

Постава спікера демонструє впевненість, яка відображає тему виступу.

Жести «відкритості» та демонстрація позицій сили (power poses) дають зрозуміти основну ідею.

Ема Кадді активно використовує міміку, що спрощує зчитування емоцій навіть без звуку.

Зі звуком:

Сила аргументів спікера проявляється завдяки її чіткому голосу, спокійній, але впевненій інтонації. У відео [31] нейтральна міміка спікера сприймалася як відстороненість, доки не почули зміст. Додавання звуку, з акцентом на дружній тон і зрозумілу структуру мовлення, підвищило загальні оцінки.

Зв'язок між темою та жестами стає очевидним і більш зрозумілим.

Емоційність голосу додає довіри до спікера.

***Таблиця 2.4.*** В відео [32] група оцінила спікера як того, хто занадто намагається сподобатись залу, невербально оцінили що він досить швидко розмовляє, приписували йому спонтанність рухів.

Інформацію повністю оцінювали та асоціювали з емоційним фоном, а не за змістом.

Без звуку:

Мова тіла Дмитра Корнелюка та жестикуляція створюють відчуття швидкості.

Сміх і реакція аудиторії стають зрозумілими через невербальні сигнали, такі як посмішки та нахил голови спікера до слухачів.

Зі звуком:

Вербальні жарти в поєднанні з невербальними елементами посилюють емоційний вплив. Конфліктогени в мові (різкі інтонації чи слова) вплинули на відео [32]: при активній невербальній комунікації, тон висловлювань викликав негативне ставлення до спікера. Тембр голосу та інтонації сприяли створенню недовірливій атмосфері і сповільняють прояв швидкості невербаліки.

***Таблиця 2.5.*** аналізуючи відео без звуку [33] (спікер незнайомий)

Тривожність та ригідність рухів викликали неоднозначне сприйняття. У відео [33] занадто статична поза спікером створила враження невпевненості, хтось оцінив спікера занадто серйозним.

Без звуку:

Спокійна поза та обмежена жестикуляція створюють враження серйозності.

Контакт очима з аудиторією демонструє впевненість.

Використання фізичних матеріалів підтримує зміст повідомлення.

Зі звуком:

Повільний темп мовлення та чітка дикція підсилюють ефективність передачі ідей. Інтонація виділяє ключові меседжі, що впливають на слухачів.

Спокійний і впевнений голос додає глибини та серйозності.

В [33] відео змінився фокус на зміст промови, логіка викладання та інтонації, співпадали з тим, що спікер транслював невербально.

**Висновок:**
Сприйняття без звуку часто базувалося на перших враженнях і невербальних сигналах. Додавання звуку дозволило учасникам оцінити повноту спілкування, та інколи змінювало загальне враження про спікера. Оцінки часто ставали більш структурованими.

Були виявлені випадки невідповідності між очікуваннями, сформованими невербальними сигналами та реальним змістом інформації.

**4.2. ВПЛИВ НЕВЕРБАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ НА СПРИЙНЯТТЯ ПУБЛІКИ КОЛИ СПІКЕРИ ЗНАЙОМІ ФОКУС – ГРУПІ**

Цих спікерів аудиторія знала і бачила багато разів, тому оцінка переважно йшла від сприйняття попереднього досвіду їх вербальних та невербальних сигналів.

***Таблиця 2.6.***  аналізуючи відео без звуку [34] (спікер знайомий)

Без звуку:

Мова тіла А. Шварцнеггера показує впевненість і рішучість: відкрита постава, прямий контакт із камерою.

Жестікуляція підкреслює ключові моменти його меседжу, навіть без озвучення видно його наполегливість.

Віраз обличчя демонструє зосередженість і пристрасність, що сприймається як натхнення.

Зі звуком:

Глибокий і енергетичний голос підвищує ефект мотивації.

Інтонаційні акценти вказують на важливі моменти промови.

Поєднання голосу та жестів створює цілеспрямоване сприйняття харизматичного та авторитетного спікера.

***Таблиця 2.7.***  аналізуючи відео без звуку [35] (спікер знайомий)

Без звуку:

Мінімалістична жестикуляція і спокійна поза відображають прагматичність і зосередженість І. Маска. Вираз обличчя, хоча і стриманий, натякає на серйозність та амбіційність спікера. Контакт очима з аудиторією створює враження щирості та довіри.

Зі звуком:

Голос, з його паузами та невимушеним стилем мовлення, підсилює інтелектуальний авторитет. Спокійний тональний компонент акцентує увагу на важливості обговорюваних тем. У комплексі з невербальними елементами він виглядає більш переконливим та надихає на роздуми.

**Таблиця 2.8.**  аналізуючи відео без звуку [36] (спікер знайомий)

Промову цього спікера частина учасників фокус-групи сприйняла і визначала зміст промови, навіть без звуку.

Без звуку:

Жестикуляція Біла Гейтса обмежена, але структурована, що говорить про логічність і підрядкованість думок.

Вираз обличчя демонструє серйозність і занепокоєння темою.

Використання візуальних допоміжних матеріалів привертає увагу до ключових моментів.

Зі звуком:

Чіткий і спокійний голос підкреслює наукову обґрунтованість виступу.

Зміна інтонацій створює драматичний ефект, особливо у важливих частинах промови.

У сукупності з невербальними елементами його виступ сприймається як виключно важлива подія.

**Таблиця 2.9.** аналізуючи відео без звуку [36] (спікер знайомий)

Сприйняття цього спікера було зовсім різне. У частини групи, він викликав симпатії, а у частини групи протилежне ставлення. Але всі в групі погодились що в цьому відео він працює не на ту аудиторію яка в залі, а ту яка за кадром. І відіграє певну негативну роль.

Без звуку:

Активна жестикуляція та емоційна міміка створюють враження пристрасної залученості у виступі. Контакт очима з аудиторією та динамічні рухи підсилюють вплив, навіть без звуку. Жести відкритості та рішучості допомагають донести енергійність його посилу, але при цьому вони сприймаються несправжніми, комедійними.

Зі звуком:

Виразний тембр голосу, підвищення високості та інтонаційні акценти надають драматизму. Темп мовлення змінюється, підкреслюючи ключові фрази та створюючи напругу. У поєднанні зі звуком невербальні сигнали дають зрозуміти не щирість спікера.

**Висновок:**

Оцінювання знайомих спікерів включає психологічно – упереджений аспект дослідження. Учасники вже сформували певне ставлення до спікерів на основі їхньої медійної активності, і це впливає на початкове сприйняття навіть без звуку.

Відомі спікери часто асоціюються з певним стилем комунікації, можуть розраховувати на позитивне очікування незалежно від невербальних сигналів.

Попереднє знання спікера тільки при невербальному сприйнятті, сприймається виключно за попередньою репутацією. І наявність звуку це тільки підсилює.

**4.3.** **ПСИХОЛОГІЧНИЙ ТА СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ КОНСТАТУВАЛЬНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ.**

 Для розуміння рівня невербального сприйняття в усіх респондентів, фокус – група заповнила анкету **(Додаток Б).**  Анкетування респондентів складались з відкритих та закритих запитань «*Опитувальник визначення рівня перцептивно-невербальної компетентності Г.Я. Розен»*[38] Для стандартизації відповідей використовувалась шкали Лайкерта (респонденти повинні оцінити кожне підтвердження за 5 етапною шкалою від "завжди" до "ніколи")., результатами якої стали такі висновки (Таблиця. 3)

 Дослідження показали, що рівень невербального сприйняття в усіх респондентів (100%) середній, це говорить про те що випробувані здатні пристосовуватися до різних спікерів та бути зацікавленими співрозмовниками. Їм властива здатність адекватно сприймати і переймати все що відчуває спікер і розуміти його жести, міміку та інтонацію, його поведінку, та розуміти як він себе почуває в даний момент.

**Різниця в психологічному сприйнятті незнайомих і знайомих спікерів:**

- Невідомі спікери викликали більш нейтральне і часто критичне ставлення, особливо на першому етапі (без звуку).

- Знайомі спікери отримували переваги через довіру до своїх попередніх виступів, що впливало на інтерпретацію невербальних і вербальних сигналів.

- У незнайомих спікерів[30;31;32;33], звук грав ключову роль у формуванні ставлення. Відсутність аудіального контексту значно обмежувала можливість повноцінного сприйняття.

- Для знайомих спікерів[34;35;36;37], учасники були орієнтовані більше на загальне враження, сформоване на попередній досвід, ніж на реальні сигнали.

**Вплив звуку на сприйняття:**

- У випадках незнайомих спікерів звук значно коригував перше враження, навіть іноді повністю змінюючи оцінки.

- У знайомих спікерів звук частіше підтверджував попереднє сприйняття, зменшуючи розбіжність між невербальною та вербальною комунікацією.

- У відео без звуку ключову роль відіграли аспекти, як-от: пластика, енергія , зоровий контакт.

- Звук частково компенсував нерозуміння невербальних сигналів у незнайомих спікерів.

 **Психологічні закономірності які проявилися:**

- Учасники майже не змінили свою думку про знайомих спікерів після перегляду зі звуком.

- Для незнайомих спікерів спостерігалися більші розбіжності між оцінками на етапах "без звуку" та "зі звуком".

- Знайомі спікери отримували більше "авансової довіри". Це пов'язано з ефектом соціального підтвердження, коли попередні знання про людину впливають на оцінку нових взаємодій. Учасники часто "дочитували" зміст промови через попередій досвід.

- Невідомі спікери викликали більш критичний аналіз, більшість учасників викладалися на поверхневі (переважно невербальні) індикатори.

**Загальний висновок**

 Попереднє знайомство зі спікерами є фактором, що розуміє як невербальне, так і вербальне сприйняття. У випадках незнайомих спікерів звук стає критичним елементом для формування загальної оцінки, тоді як для знайомих він виконує підтверджувальну функцію. Невербальні та вербальні сигнали спікерів, яких учасники знали раніше, частіше отримували узгоджені оцінки. Попереднє знайомство створювало "ефект якоря", через який учасники підсвідомо підтверджують своє очікування, навіть якщо невербальні та вербальні сигнали не узгоджувалися.

 Дослідження показали, що рівень невербального сприйняття в усіх респондентів (100%) середній, це говорить про те що випробувані здатні пристосовуватися до різних спікерів та бути зацікавленими співрозмовниками. Їм властива здатність адекватно сприймати і переймати все що відчуває спікер і розуміти його жести, міміку та інтонацію, його поведінку, та розуміти як він себе почуває в даний момент.

**РОЗДІЛ 5. РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ**

**5.1. СТРАТЕГІЇ ПОКРАЩЕННЯ ВЕРБАЛЬНОЇ ТА НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

 На основі проведеного дослідження, яке включало аналіз впливу вербальних і невербальних елементів комунікації на сприйняття фокус-групи, можна зробити низку практичних рекомендацій для підвищення ефективності публічних виступів.

***Рекомендації для підвищення ефективності публічних виступів:***

- *Чітка структури виступу:*

Дослідження показало, що слухачі кращим сприймають інформацію, коли вона подана в логічній системі. Поділ виступу на основні блоки (вступ, основна частина, висновок) сприяє кращому засвоєнню матеріалу.

- *Використання зрозумілої мови:*

Надмірна складність вербального контенту може знизити рівень уваги та цікавості аудиторії. Слухачі позитивно реагують на просту, але інформативну мову, доповнену поясненнями ключових термінів.

*- Інтонаційна виразність і темп мовлення:*

Ефективність сприйняття значно досягається за рахунок інтонаційного підкреслення важливих моментів, регулювання темпу мовлення та використання паузи для акцентування уваги. Варіювання темпу мовлення (швидке - коли необхідно створити енергію; повільне - коли потрібно акцентувати важливе) підвищує враження від виступу. Зміни в тоні голосу можуть підкреслити емоційність або важливість сказаного. Підвищення інтонації посилити увагу слухачів, а зниження — підкреслити серйозність.

Створення паузи після важливих висловлювань або питань дозволяє аудиторії осмислити почуту та зберегти інтерес.

*Жестикуляція:* на початку промови кращевикористовувати природні рухи, які доповнюють вашу мову, а вже після 2-4 хвилини можна додавати більш емоційну жестикуляцію.

Уникайте зайвих або хаотичних рухів, які можуть відволікати аудиторію.

*Зоровий контакт:* Дивіться в очі аудиторії, щоб створити відчуття довіри та залученості.Не намагайтеся охопити поглядом усю аудиторію, краще переводити очі на різні сектори чи конкретних людей, та затримуватись до 15-20 секунд, «блукаючий погляд» або в підлогу видають невпевненість.

*Постава і рухи:* Стоячи, тримайте спину рівно, щоб продемонструвати впевненість.Переміщення по сцені має бути плавним і обґрунтованим (наприклад, для акцентування уваги). Простір на сцені або перед аудиторією має важливе значення для невербальної комунікації. Активне пересування на сцені буває обґрунтованим для підвищення динамічністі виступу. Однак важливо не бути занадто агресивним чи сильно активним, щоб не відволікати увагу.

*Міміка:* Вираз обличчя повинен відповідати вашим словам і відображати емоції.Уникайте "застиглого" або відсутнього виразу обличчя. Важливо пам’ятати що міміка видає ставлення до аудиторії, до себе і до теми яку ви викладаєте. Легкий вираз обличчя, усмішка або серйозний вираз підкреслюють відповідні емоції, що дає аудиторії можливість легше сприймати повідомлення.

Важливо уникати слабких зморшок обличчя, які можуть створити враження занепокоєння або негативного ставлення.

*Голос:* Гучність промови залежить від розміру приміщення і настрою аудиторії.Використовуйте паузи для акцентування уваги на ключових ідеях.

***Кроки які повинен зробити спікер перед виступом***

 1. Обов'язково перед тим як виступати потрібно дати собі відповідь на питання: Яка у мене мета, в цьому виступі? Коли ви отримали відповідь, ви знаєте до чого ви повинні прийти.

2. Проаналізувати і зрозуміти аудиторію. Який статус аудиторії, наскільки вона замотивована, цікава їй ця тема чи ні? Адже аудиторія яка прийшла з власного бажання і слідкує за вами вона більш замотивована, ніж працівники яких «загнали» на виступ.

3. Написати структуру свого спічу. Треба звернути увагу на дві важливі речі: початок і фінал промови. І тут бажано зачепити емоції аудиторії: можливо зробити комплімент, можливо використати сторітелінг, або задати питання. Крок номер один захопити увагу. Крок номер два фінал. Наш мозок запам'ятовує початок і фінал. Тож обов'язково в фіналі потрібно інтегрувати думки які потрібно, щоб аудиторія забрала з собою. Можна зробити якийсь заклик до дії, однак завершення повинно бути емоційно вище ніж початок.

4. Крок номер чотири - це візуал. Задача щоб одяг підсилював те що ви робите, і щоб ви виглядали “своїм” для аудиторії. Одяг має бути комфортним і який ви вже перевірили.

5. Найголовніше - це репетиція, задача перед тим як вийти до аудиторії, прогнати свою промову хоча б один раз, на камеру. Все має бути по-справжньому не треба затирати свою промову до того стану, що ви вже не можете говорити природно, важливо щоб були емоції.

6. Обов’язково адаптуватися до місця в якому ви будете виступати. Тобто що це за зал, яка там обстановка і так далі.

 7. Голос. Адже для будь-якого оратора для будь-якого спікера для будь-якого експерта майстерність говорити надважлива. За 10-15 хвилин до виступу, потрібно підготувати свій мовленнєвий апарат. Пропрацювати губи, язик, регістри, пропрацювати щелепи.

Одну з технік підказала в своєму виступі Еммі Каді [31], якщо перед виступом чи співбесідою зайняти «позу впевненості» на 2-3 хвилини то в нас на 20% підіймається гормон тестостерон, та на 25% знижується гормон кортизол. І це не аби як впливає на впевненість при виступі чи співбесіді.[7]

Застосування цих рекомендацій дозволяє оптимізувати взаємодію вербальних і невербальних компонентів у публічному виступі, підвищуючи його ефективність і сприяючи кращій сприйняттю аудиторії.

**5.2. ТЕХНІКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ НЕВЕРБАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ**

***1. Спостереження.*** Перший крок у вдосконаленні невербальної поведінки — це усвідомлення своїх звичок і поз. Спостереження за тим, коли ви відчуваєте себе найбільш природньо або навпаки, почуваєтеся напружено. Дуже гарно тут працює метод запису себе на відео. Це допоможе ідентифікувати звички, які можна змінити.

***2. Позиція та жестикуляція***
Правильна постава має значний вплив на сприйняття. Відкрита поза, наприклад, рівна спина та не схрещені руки і ноги, створює образ впевненої людини. Використання жестів для підкріплення важливих моментів посилює вербальні повідомлення. Наприклад, показ жестом руки можна акцентувати увагу на ключових словах. Водночас, сильна або хаотична жестикуляція може відволікати, тому важливо знайти баланс між рухами.

***3. Поліпшення зорового контакту***Сильний зоровий контакт після встановлення довіри. Важливо підтримувати контакт, але уникати підвищеної агресивності чи домінування. Оптимально дивитися в очі співрозмовника близько 50-70% часу. Такий підхід забезпечує рівновагу між відкритістю і тактовністю.

***4. Інтонація та голос***Тон голосу має величезне значення в невербальній комунікації, потім він передає емоції та наміри. Контроль за темпом мовлення дозволяє створити недолік акценту, а використання пауз користувачів утримувати увагу слухачів і підкреслювати ключові моменти.

***5. Міміка та вирази обличчя***Посмішка є потужним інструментом, який створює доброзичливу атмосферу. Ваша міміка повинна відповідати емоціям, які ви передаєте, наприклад, вираз цікавості чи співчуття. Водночас, посилена емоційність може виглядати нещиро, тому важливо підтримуватися природності.

***6. Позиція тіла та дистанція***
Під час спілкування важливо розвивати культурні норми і забезпечувати комфортну фізичну дистанцію. Занадто близьке відстань може викликати дискомфорт, а більша віддаленість — почуття відчуженості.

***7. Робота з тілесними відчуттями***
Напруга в тілі може передавати співрозмовнику через мову тіла, тому важливо практикувати методи релаксації перед дітьми зустрічі. Уникайте схрещування рук або нервових жестів, які сигналізують про невпевненість чи стрес.

***8. Практика активного слухання***
Під час активного слухання ваші невербальні сигнали мають підтримувати розмову. Наприклад, кивок головою чи легка посмішка показують інтерес. Запитання чи уточнення демонструють вашу увагу та повагу до співрозмовника.

***9. Підвищення емоційної інтелектуальності***
Саморегуляція дозволяє контролювати власні емоції, запобігаючи їх негативному впливу на комунікацію. Читання невербальних сигналів співрозмовника дозволяє краще розуміти його емоційний стан і реагувати відповідно до того, що ефективність взаємодії ефективна.

Ці техніки створюють міцний фундамент для вдосконалення невербальної поведінки та підвищення ефективності комунікації

**ВИСНОВКИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

 Дослідження показало, що сприйняття невербальної комунікації змінюється залежно від умов: не знаючи спікера і переглядаючи його відео без звуку, учасники більше зосереджуються на враженнях, міміці, жестах і зоровому контакті. Натомість зі звуком основний акцент переміщується на логіку висловлювання. Також спостерігалося, що змінюється відношення до особистості спікера. У випадках, коли спікер був знайомий реципієнтам, його сприйняття суттєво відрізнялося від вербальних проявів, а базувалося переважно на попередніх позиціях. Це знижувало суб'єктивність оцінок і підвищувало точність сприйняття.

**Теоретико-методологічні засади**
Проаналізовано теоретико-методологічні засади вивчення проблеми ролі невербальної комунікації в процесі спілкування. Метод Кузнєцова підтвердив свою ефективність у визначенні впливу невербальних сигналів на сприйняття емоційного контексту і намірів спікера.

**Відповідність завданням дослідження**
Методика була адаптована для вивчення відмінностей у сприйнятті невербальної комунікації в різних умовах (без звуку та зі звуком). Це дозволило дослідити вплив невербального контексту і попереднього знайомства зі спікерами. Відмічено, що найбільш вірна інтерпретація невербальної комунікації значною мірою залежала від рівня емпатії учасників дослідження, їхньої особистісної чутливості до невербальних сигналів, а також культурного контексту. Це підтверджує важливість індивідуальних психологічних характеристик у процесі сприйняття.

**Практичне значення результатів**
Отримані дані можуть бути використані для вдосконалення комунікативних стратегій у різних сферах, зокрема в міжособистісному спілкуванні, навчанні та корпоративній комунікації. Результати також підкреслюють важливість розвитку навичок невербального спілкування для професійної діяльності, де комунікація є ключовим інструментом.

**Обмеження дослідження та перспективи подальшого вивчення**
Дослідження було обмежено невеликою вибіркою та аналізом лише окремих ситуацій взаємодії. Подальші роботи можуть розширити вибірку та включити додаткові змінні, такі як вплив культурних відмінностей, гендерних особливостей та контексту комунікації.

**Подальші напрями дослідження**
Перспективним є вивчення динаміки невербальної комунікації у триваліших комунікативних ситуаціях. Наприклад, аналіз змін у невербальних проявах спікера під час багатогодинних переговорів або у різних фазах навчального процесу. Дослідження може включати аналіз технологій автоматизованого розпізнавання невербальних сигналів (міміки, жестів, зорового контакту), що дасть змогу точніше визначати закономірності.

Розширення вибірки дослідження з урахуванням міжкультурних особливостей також є важливим кроком для виявлення загальних і специфічних закономірностей невербальної поведінки. У цьому контексті особливу увагу слід приділити вивченню культурних кодів та їх впливу на інтерпретацію невербальної комунікації.

**Висновки для практичної діяльності**
Знання невербальних сигналів дозволяють підвищити ефективність публічних виступів, формування позитивного враження та побудови довіри з аудиторією. Наприклад, у контексті роботи психологів це знання сприяє глибшому розумінню клієнта та побудові емпатійного зв'язку.

 Також отримані результати корисні у сфері управління персоналом. Вони дозволяють краще виявляти невідповідності між словами та діями співробітників, що може бути індикатором прихованого конфлікту або проблем. У сфері освіти розвиток у студентів навичок аналізу невербальних сигналів сприяє їхній інтеграції в різні соціальні середовища.
 Таким чином, дослідження підтвердило важливість інтегрованого підходу до вивчення вербальних і невербальних аспектів комунікації. Знання невербаліки можуть допомогти у підготовці до виступу, дозволяють спроектувати реакцію публіки на виголошену промову, враховуючи неконтрольовані фактори, і забезпечити більш ефективну взаємодію з аудиторією.

**ДОДАТКИ**

 **Таблиця 1.**



|  |
| --- |
|  **Акустична** |
|  ***Екстралінгвістика:*** |  ***Просодика***  |
| - паузи  - темп мовлення- кашель   - тон - зітхання  - тембр - сміх  - висота гучності - плач  - манера мовлення  - спосіб артикуляції  |

|  |
| --- |
|  **Оптична** |
|  ***Кінесика*** |  ***Проксеміка*** |
|  - контакт очима - значущі рухи - міміка                                   - постави тіла                         - жести                                     - хода |  - відстань між мовцями  - дистанція - вплив тереторії - вплив орієнтацій - просторове розміщення   |
|  ***Графеміка*** |  ***Зовнішній вигляд*** |
| -почерк                                  - фізіогноміка-специфіка підрядкових       - тип і виміри тіла і надрядкових           - предмети особистого вжитку -специфіка розміщення       - одяг і його стиль розділових знаків                - прикраси-символіка скорочення        - зачіска                                                - косметика |

**Таблиця 2.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Тактильно-кінестична** |  **Ольфакторна** |  ***Темпоральна*** |
|  ***Такесика*** |  ***Запахи*** |  ***Хронеміка*** |
| - потискання рук- дотики- поглажування- поплескування- поцілунки |  - запах тіла  - запах косметики |  -час очікування початку спілкування - час проведений разом у спілкуванні - час протягом якого триває повідомлення мовця - час хезитації |

 **Таблиця 3.**

Результати дослідження за методикою Г. Я. Розена

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № випробувано Стать | Бали | Стени |
| 1. Жіноча | 18 | 7 |
| 2. Жіноча | 20 | 7 |
| 3. Жіноча | 21 | 7 |
| 4. Жіноча | 16 | 6 |
| 5. Жіноча | 15 | 5 |
| 6. Жіноча | 18 | 7 |
| 7. Чоловіча | 13 | 4 |
| 8. Чоловіча | 15 | 5 |

**ДОДАТОК А**

***Опитувальник експертної оцінки невербальної комунікації (А. М. Кузнецова)*** (А- повністю згоден, Б- частково згоден, В- не думаю що погоджуюсь, Г-ні, не згоден)

 **1.** Чи вважаєте ви, що він (вона) вміє добре доповнювати зміст своїх слів немовними засобами (міміка, жести, поза і т. п.)?

 (А- 2 бали; Б- 1 бали; В- 0 бали; Г- -1 бал).

**2.**Чи сприймаєте ви його її як професіонала в тому що він хоче вам донести?

 (А- 4 бали; Б- 3 бали; В- 2 бали; Г- 1 бал).

**3.** Чи може він (вона) знайти відповідні інтонації голосу для вираження своїх почуттів і відношення до інших людей?

(А- 3 бали; Б- 2 бали; В- 1 бали; Г- 0 бал).

**4.** Чи достатньо у нього неї зорового контакту з залом? (А- 4 бали; Б- 3 бали; В- 2 бали; Г- 1 бал).

**5**. Чи вважаєте ви, що у нього (неї) бувають «зайві» жести і рухи, коли він (вона) намагається виразити свої думки і почуття? (А- 2 бали; Б- 1 бали; В- 0 бали; Г- -1 бал).

**6.** Чи вміє він (вона) стримувати прояви своїх негативних емоцій і стосунків? (А- 3 бали; Б- 2 бали; В- 1 бали; Г- 0 бал).

**7.** Чи не здається вам що його пози  сексуальні?

(А- 4 бали; Б- 3 бали; В- 2 бали; Г- 1 бал).

**8.** Чи буває, що його (її) немовна поведінка не відповідає тому, про що він (вона) говорить?

 (А- 2 бали; Б- 1 бали; В- 0 бали; Г- -1 бал).

**9.** Чи вміє він (вона), на вашу думку, виразом очей і поглядом проявити увагу до інших людей, привітність, зацікавленість?

 (А- 3 бали; Б- 2 бали; В- 1 бали; Г- 0 бал).

**10.** Як ви вважаєте, чи може він (вона) управляти своєю мімікою під час конфліктної ситуації?

 (А- 3 бали; Б- 2 бали; В- 1 бали; Г- 0 бал).

**11.** Чи відрізняється його (її) міміка виразністю, різноманітністю, гармонією? (А- 4 бали; Б- 3 бали; В- 2 бали; Г- 1 бал).

**12.** Чи є у нього (її) пози або рухи, непривабливі на ваш погляд?

 (А- 2 бали; Б- 1 бали; В- 0 бали; Г- -1 бал).

**13.** Чи використовує він (вона) м'які, довірчі інтонації, щоб зняти у інших напругу, викликати на відвертість, викликати прихильність до себе?

 (А- 3 бали; Б- 2 бали; В- 1 бали; Г- 0 бал).

**14.** Чи його хода, пози визначають ваше відношення, настрій, стан?

 (А- 4 бали; Б- 3 бали; В- 2 бали; Г- 1 бал).

**15.** Чи може він (вона) передати відтінки, нюанси своїх почуттів, емоцій, використовуючи різні немовні засоби поведінки?

 (А- 4 бали; Б- 3 бали; В- 2 бали; Г- 1 бал).

**16.** Чи уміє він (вона) досить тонко і зрозуміло показати через міміку своє доброзичливе відношення до інших?

 (А- 3 бали; Б- 2 бали; В- 1 бали; Г- 0 бал).

**17.** Чи можна сказати, що по його (її) виразній поведінці легко зрозуміти, які він (вона) переживає почуття до оточення?

 (А- 2 бали; Б- 1 бали; В- 0 бали; Г- -1 бал).

**18.** Чи не занадто його рухи розкуті?

 (А- 4 бали; Б- 3 бали; В- 2 бали; Г- 1 бал).

**19.** Чи буває він (вона) скутий в рухах і жестах, «затиснутий», коли потрапляє в незвичну, незнайому ситуацію?

 (А- 3 бали; Б- 2 бали; В- 1 бали; Г- 0 бал).

**20.** Чи достатньо простору він (вона) займає на сцені?

 (А- 4 бали; Б- 3 бали; В- 2 бали; Г- 1 бал).

**ДОДАТОК Б**

***Опитувальник визначення рівня перцептивно-невербальної компетентності (Г. Я. Розен)***

Опитувач для визначення рівня перцептивно-невербальної компетентності

1.Чи можете ви застосувати настрій іншої людини, навіть не чуючи її слів?

a) Завжди

б) Часто

в) Іноді

г) Рідко

д) Ніколи

2. Як часто ви звертаєте увагу на міміку співрозмовника під час розмови?

a) Завжди

б) Часто

в) Іноді

г) Рідко

д) Ніколи

3. Чи здатні ви помітити зміни у тілі співрозмовника, коли він нервує чи напружений?

а) Завжди

б) Часто

в) Іноді

г) Рідко

д) Ніколи

4. Наскільки часто ви правильно інтерпретуєте жести або міміку співрозмовника?

a) Завжди

б) Часто

в) Іноді

г) Рідко

д) Ніколи

5. Чи можете ви зрозуміти, що хтось намагається приховати свої емоції через свою неймовірну поведінку?

a) Завжди

б) Часто

в) Іноді

г) Рідко

д) Ніколи

6. Як часто ви можете оцінити рівень комфорту або дискомфорту співрозмовника, спостерігаючи за його позою?

a) Завжди

б) Часто

в) Іноді

г) Рідко

д) Ніколи

7. Чи часто ви коригуєте свою невербальну поведінку в залежності від реакцій співрозмовника?

a) Завжди

б) Часто

в) Іноді

г) Рідко

д) Ніколи

8. Чи можете ви змінити свою позу, жестикулюючи так, щоб це було зручніше для співрозмовника?

а) Завжди

б) Часто

в) Іноді

г) Рідко

д) Ніколи

9. Чи враховуєте ви культурні особливості невербальної комунікації при спілкуванні з людьми з різних культур?

a) Завжди

б) Часто

в) Іноді

г) Рідко

д) Ніколи

10. Чи здатні ви оцінити важливість ситуації (офіційна чи неформальна) і відповідно адаптувати свою невербальну поведінку?

а) Завжди

б) Часто

в) Іноді

г) Рідко

д) Ніколи

11. Як часто ви використовуєте невербальні сигнали (жести, міміку) для підкріплення своїх слів?

a) Завжди

б) Часто

в) Іноді

г) Рідко

д) Ніколи

512. Чи відчуваєте ви, коли ваші невербальні сигнали (міміка, поза, інтонація) не співають з вашими словами?

a) Завжди

б) Часто

в) Іноді

г) Рідко

д) Ніколи

Інтерпретація результатів:

0-15 балів — Низький рівень перцептивно-невербальної компетентності: є труднощі з усвідомленням та інтерпретацією невербальних сигналів, недостатньо уваги до невербальної поведінки.

16-30 балів — Середній рівень перцептивно-невербальної компетентності: ви здатні помітити основні невербальні сигнали, але можуть виникати труднощі в їх точній інтерпретації..

31-45 балів — Високий рівень перцептивно-невербальної компетентності: ви здатні точно інтерпретувати невербальні сигнали, адаптувати свою поведінку та враховувати культурні та ситуаційні контексти.