

І.Г. Головська

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ КОМУНІКАТИВНИХ ЯКОСТЕЙ ПСИХОЛОГА НА ЕФЕКТИВНІСТЬ КОНСУЛЬТАТИВНОГО СПІЛКУВАННЯ

Актуальність проблеми опосередкованого впливу в спілкуванні зумовлена зростаючими різноманіттям і масштабами використання різних засобів і форм при впливові не тільки на окрему людину, але й на великі маси людей.

Комунікативні властивості особистості впливають на різні особливості спілкування психолога з клієнтом і ефективність даного спілкування. Вивчення даних властивостей має значний теоретико-методологічний інтерес, тому що комунікативні властивості психолога є основним засобом реалізації його діяльності, засобом досягнення цілей (завдань) і здійснення психологічного впливу. Через спілкування психолог впливає на настрій, стан, оцінки, діяльність і поведінку клієнта. Крім того, на відміну від багатьох інших якостей, комунікативні якості є предметом безпосереднього сприйняття, оцінки клієнтом психолога й формують, у значній мірі, його ставлення до процесу консультування. Емоційне й пізнавальне прийняття особистості психолога й ситуації консультування – основна умова ефективності консультування. Тому позитивне ставлення до психолога є першорядним. Отже, комунікативні властивості мають більш дієвий, і навіть першорядний вплив на настрій, ставлення, стан, сприйняття клієнта.

Процес спілкування психолога з клієнтом повинен характеризуватися вмінням легко входити в контакт з об'єктом, відсутністю замкнутості, ізоляваності тощо. Тут важливо відзначити такий критерій як тон спілкування, що може бути позитивним або нейтральним, але в жодному разі не негативним. Товариськість як якість особистості психолога обов'язково повинна супроводжуватися емоційно-позитивним тоном спілкування.

Незважаючи на відносні зрушення теоретичної розробки проблеми спілкування в психології (Г.С. Васильєв, О.Г.Кукосян, Б.Ф.Ломов та ін.) і накопичений практичний досвід взаємодії людей (О.О.Бодальов, В.В.Рижов та ін.) у психології недостатньо проводиться строгих емпіричних досліджень із використанням стандартизованих методик по вивченню феномена спілкування та його значення і впливу при взаємодії психолога й клієнта. Відсутні зокрема спеціальні дослідження, присвячені впливу комунікативних якостей особистості психологів на показники ефективності їхньої діяльності, хоча в літературі неодноразово

відзначалося значення цього питання.

Щоправда, у дослідженнях Р.Х.Шакурова відзначається більш високий рівень морально-комунікативних якостей особистості в найбільш підготовлених об'єктах педагогічного впливу.

Вплив товариськості особистості керівника на ефективність керівництва колективом по виробничих і соціально-психологічних показниках досліджував А.Л.Журавльов. При цьому під показниками розуміється соціально-психологічний клімат колективу. Автор доходить висновку, що людині недостатньо мати необхідні якості взагалі, а він повинен мати певний (не обов'язково найвищий) рівень прояву цих якостей. Іншими словами, неправомірними є вимоги, «сформульовані в загальному вигляді, наприклад, керівник повинен бути високо товариською людиною тощо. З даного дослідження випливає, що тільки конкретні рівні прояву товариськості супроводжуються високими результатами ефективності керівництва, причому диференційовано за виробничо-економічними і соціально-психологічними показниками» [7, с.190]. Також підкреслюється, що високої ефективності керівництва можуть досягати як «високо товариські», так і «низько товариські» керівники, але з певними рівнями прояву товариськості.

Для нашого дослідження важливе значення має теоретичне положення про те, що «на різних стадіях розвитку людини формуються різні системи психологічних якостей» [1, с.129]. Це положення дозволяє розглядати особистість взагалі й особистість психолога зокрема як інтегральну й відкриту систему, в якій відбуваються різні зміни, і здійснюється її розвиток.

Метою статті є розгляд ролі комунікативних якостей психолога в ефективності психологічного впливу й розробка теоретичного обґрунтування для застосування стандартизованих методик психометрії, зокрема по вивченню феномена спілкування і його впливів на ефективність діяльності психолога.

Одним з основних завдань психологічного консультування є прийняття рішення клієнтом. Цей факт ні в кого не викликає сумніву. Як пише К.О. Абульханова-Славська, розглядаючи особистісний аспект проблеми спілкування «...особистість змушена зайняти певну позицію, так чи інакше самовизначатися, вибирати засоби й приймати рішення» [2, с.223].

Складений у процесі консультування своєрідний «загальний фонд» інформації, стратегія діяльності, рішення проблеми, стиль поведінки повинні стати результатом такої взаємодії. При цьому рішення повинне ґрунтуватися на індивідуальних детермінантах клієнта.

У цьому зв'язку першочерговим стає питання: взаємовплив яких індивідуальних особливостей суб'єкта й об'єкта психологічного впливу визначає якісні особливості даної взаємодії?

А.В.Беляєва пропонує як такі комплексно оцінити три наступні аспекти взаємодії:

1. Аспект, пов'язаний з визначальним впливом соціальних функцій людей, що спілкуються, і тому має відношення до соціально-психологічних характеристик партнерів взаємодії.

2. Аспект конкретної взаємодії партнерів, результатом якого є якісно нове ціле – кінцевий продукт конкретної взаємодії, «перетворений об'єкт їхньої спільної діяльності».

3. Особистісний аспект конкретної взаємодії, що проявляє ті передумови своєрідності конкретної взаємодії, які лежать в особистісних структурах його партнерів [3].

Дані дослідження показали значення ставлення учасників спілкування до кінцевого продукту їхньої взаємодії і його ефективності. Встановлено, що існують стійкі зв'язки між виділеними особистісними характеристиками й ефективністю спільної вербалізації образу, опосередковані ставленням кожного з партнерів до кінцевого продукту їхньої взаємодії.

Для нашого дослідження важливим також є реалізація методологічного принципу особистісного підходу, відповідно до якого «зовнішні причини (зовнішні впливи) завжди діють лише опосередковано через внутрішні умови» [14, с.307]. «При поясненні будь-яких психічних явищ, – писав С.Л. Рубінштейн, – особистість виступає як воедино пов'язана сукупність внутрішніх умов, через які переломлюються всі зовнішні впливи» [14, с.308]. Іншими словами, дослідження психічного ефекту будь-якого експериментального впливу (будь-якої змінної, що вводиться в експериментальну ситуацію) вимагає врахування внутрішньої опосередкованості даного впливу індивідуально-психологічними, особистісними особливостями суб'єкта.

Спілкування консультанта з клієнтом як реальний процес соціально-психологічної взаємодії виступає по відношенню до суб'єкта і об'єкта як об'єктивна соціальна реальність, представлена в цьому випадку іншим індивідом, і як реальність індивідуального буття людини. Іншими словами, спілкування є одночасно й об'єктивним, зовнішнім стосовно індивіда фактором впливу на нього, і формою існування його індивідуального психологічного буття, що у спілкуванні і формується,

і проявляється.

Виходячи з вище викладеного, при дослідженні психологічного впливу у процесі спілкування, необхідно досліджувати як усі зовнішні фактори (специфіку завдання, ситуацію тощо), так і індивідуально-психологічні й особистісні характеристики. Вони привносяться в ситуацію впливу кожним з його учасників, які і є найважливішою умовою опосередкування впливу спілкування на протікання й результати психічної діяльності.

Виходячи з того, що консультативне спілкування – це процес, в якому беруть участь як об'єкт, так і суб'єкт взаємодії, і вони роблять взаємний вплив один на одного, це й визначає специфіку особистісного опосередкованого впливу спілкування на психічні прояви його учасників. Аналіз структури спілкування свідчить про те, що воно являє собою не додавання або накладання однієї діяльності на іншу, а саме взаємодію партнерів [9, с.127]. Це положення визначає особистісну обумовленість психічних проявів в умовах спілкування. Звідси виникає необхідність вивчення не тільки індивідуально-психологічних, особистісних властивостей кожного суб'єкта психологічної взаємодії, але й того, як сполучаються, співвідносяться одна з одною індивідуально-особистісні характеристики суб'єкта й об'єкта психологічного консультування.

Показовими з даної точки зору можуть служити дослідження В.А.Кольцовою визначальної специфіки формування понять в умовах спілкування. Вони дозволили встановити істотний опосередковувачий вплив на результати розглянутого психічного процесу учасників спільної пізнавальної діяльності таких індивідуально-психічних і особистісних характеристик, як рівень пізнавальної активності, характер мотивації, ставлення до завдання, включенність у діяльність і у взаємодію з партнером, індивідуальний рівень підготовленості людини до виконання діяльності тощо.

Як індивідуально-психологічні, особистісні фактори опосередкування впливу спілкування розглядалися вікові характеристики досліджуваних, концептуальний рівень кожного учасника дослідження. А найважливішою детермінантою досліджуваного психічного процесу розглядався й досліджувався співвідносний концептуальний рівень суб'єктів спілкування; взаємодія використовуваних випробуваними стратегій виконання здійснюваної ними діяльності.

Було встановлено, що вплив спілкування на процес засвоєння понять опосередкується рядом факторів: віку, середовища (ситуації), індивідуальними й соціально-психологічними характеристиками спілкування – концептуальним рівнем індивіда, співвідносним рівнем партнерів по

спілкуванню.

Основна форма проведення психологічного консультування – це найчастіше поєднання монологу й діалогу. При цьому, монолог у психологічному консультуванні є такою формою поліфонічного дискурсу, що вимагає участі, координації й синхронізації дій консультанта, а не тільки самого мовця, як автора даного монологічного фрагмента у структурі процесу спілкування.

Для дослідження монологу клієнта в цілому й вербалізації образу проблеми, як частини цього цілого, важливе значення має аналіз структурних і змістовних особливостей спонтанних оповідань, що виникають у ході живого консультування. Ця проблема досліджувалася психологами, антропологами, лінгвістами, а також психологічно орієнтованими роботами фахівців з фольклору. Було встановлено, що усні оповідання ґрунтуються на специфічних формулах змісту, синтаксичної форми й розміру. Це уможливорює швидке і зв'язне породження, а також адекватне розуміння послідовностей, необхідне в усному мовленні. У цих роботах підкреслюється важливість паралінгвістичних факторів (ритм, інтонація, висота тону), які маркують її як певну частину ритуалізованої комунікативної події й несуть необхідну інформацію для модальної та диктальної інтерпретації оповідання. Природні розповіді – це, на думку Х.Сакса, послідовність об'єктів у контексті, які вербалізуються і впливають на мовну подію. Дослідження, виконані з позиції даного підходу, ґрунтувалися на оповіданнях, узятих з вільної бесіди. У них були документовані факти систематичного впливу живих норм мовного спілкування на спосіб уведення в поточну бесіду структурування й завершення побудованих оповідань.

Одним з найцікавіших моментів для аналізу природного діалогу в рамках психологічного консультування є інтерпретація тих засобів, які дають можливість учасникам комунікативної взаємодії повідомляти й розуміти більше, ніж актуально виражається словами. Відомо, що в ряді випадків значна частина змісту висловлення клієнта повинна відновлюватися психологом на основі контексту висловлення.

Ніхто не заперечує уявлення про те, що давня культурна традиція спільного вживання вербальних і невербальних засобів в умовах безпосереднього невимушеного спілкування визначає цілий клас характеристик системи розмовної мови. Л.С.Виготський наводить висловлення Л.С.Поливанова, що має глибокий зміст: «У сутності все, що ми говоримо, має потребу в слухачеві, який розуміє, у чому справа. Якби все, що ми бажаємо сказати, полягало у формальних значеннях уживаних слів, нам потрібно було б вживати для висловлення окремої думки набагато більше слів, ніж це робиться в дійсності [6, с.295].

Психолог у трактуванні процесу інтерпретації

«того, що мається на увазі» значною мірою спирається на уяву про безпосередні ситуативні цілі, тобто цілеспрямовану скоординовану спільну діяльність, активно підтримувану учасниками за допомогою дій. Причому бесіда тут є головною формою соціальної дії. Загальне розуміння змісту й цілей діяльності направляє інтерпретацію дій і служить опосередковуючим контекстом в інтерпретації дискурса.

Тут під «контекстом» розуміється не фізичне оточення, не паралінгвістичні або невербальні фактори, як це часто мають на увазі, використовуючи даний термін. Під контекстом скоріше розуміється поточна діяльність. І в міру зміни діяльності змінюються й стандартні норми мовного й у цілому комунікативного поведіння, а також і стратегії розмовного припущення. Це призводить до того, що в різних «контекстах» ті самі буквально співпадаючі висловлення одержують систематично різну інтерпретацію. Інакше кажучи, психолог при інтерпретації «того, що мається на увазі» повинен ураховувати попередній досвід клієнта, його культурний рівень і особливості, професійну діяльність, а в наступному спілкуванні й досвід поточної діяльності суб'єкта впливу разом із психологом.

С.М.Ервін-Трипп, під темою мовного спілкування розуміє «маніфестований зміст, або мовний референт». На його думку, поняття теми містить у собі дві великі категорії. По-перше, це безпосередній матеріал, що підлягає обговоренню. По-друге, це пропозиціональний зміст висловлювань. При пофразовому аналізі мікроетапів тематичного руху дискурсу, задавання теми фактично збігається в часі з моментом уведення нової інформації. Єдність теми ґрунтується на повторі деякого набору позначуваних від одного висловлення до іншого. Тема у своєму розвитку спирається на предикативну структуру. У фокусі уваги мовця постійно перебуває одне або декілька зв'язаних позначуваних, котрим у процесі розгортання висловлювання надаються предикати разом з необхідними аргументами. Ці аргументи, у свою чергу, у процесі розвитку повідомлення або обговорення одержують свої власні предикати. Тематична структура одного висловлення, як правило, пов'язана з темою, що поєднує й організує певну послідовність висловлювань, тобто внутрішньомовним контекстом.

У процесі консультативного спілкування звичайно виділяються одна або декілька основних, опорних тем (макротем), на тлі яких виникають і розвиваються мікротеми, асоціативно й логічно пов'язані з опорною темою. Ці мікротеми можуть розвиватися паралельно одна одній, послідовно, включено, ізольовано, протікати безупинно або дискретно, з періодичним переключенням мовців на інші мікротеми.

Для здійснення аналізу тематичних асамблей психологом повинні бути знайдені способи поелементно-статичного й динамічного подання теми, що реально розвивається («дерево», «каскад», «мережа», «цикл», «ланцюжок» і т. ін.).

Ключовим моментом для теми й мікротеми є виділення «точок, що породжують», або зон, причому останні можуть бути пов'язані з критичними моментами в індивідуальній діяльності, моментами «збою» в координації, критичними точками інформаційно-змістовного, цільового й іншого аспектів взаємодії.

Таким чином, тематичний рух дискурсу – це фактор не тільки змістовного, але більш широкого комунікативно-діяльного контексту. При безпосередній вербальній виразності моменту виникнення теми може бути, як правило, однозначно визначений і учасник-ініціатор, причому ініціювання має градацію від активного й усвідомленого до пасивного, ненавмисного. У випадках, коли така «точка, що породжує», не експлікована, має місце деякий протяжний у часі процес, розмита область неявного, схованого зародження теми. Тоді її ініціатор далеко не завжди може бути персоніфікований, тема імпліцитно зароджується саме в полілозі й розвивається поліфонічно.

Психолог може використати не тільки якісний, але й кількісний аналіз мови клієнта. Для кількісного аналізу природної мови необхідно використати різні типи показників з арсеналу «кількісного фонду» досліджуваного дискурсу. До них ставляться, наприклад, дані про розподіл усередині «комунікативної події» довгих, середніх і коротких реплік, включаючи однослівні; інформація про долю мовного продукту, що припадає на репліки різної довжини; показники асиметричності попарної взаємодії в групі більше двох чоловік, тобто в умовах полілогу; інформація про ступінь нерівномірності розподілу частоти говоріння, тим більше що в спеціальній літературі є дані про регулярні математичні характеристики груп неформального спілкування (Bales R.F., Borgatta E.F. і ін.).

Коли ми говоримо про спілкування в психологічному консультуванні, то розуміємо, що основними, широко застосовуваними засобами спілкування є мовні. Звичайно такий вплив називають вербальним, і він уходить як складовий елемент у такі основні види впливу як інформування, вселяння й переконання. Загальновідомо, що за допомогою вербальних засобів можна ефективно впливати на поведінку й стан, як окремої людини, так і групи людей. Саме тому вербальний вплив так широко використовується в усіх сферах діяльності людини.

В одному з найвідоміших творів німецької філології «ЛТІ. Мова Третього рейху», розуче змальована роль мови як засобу психологічного

впливу. «...Ні, найсильніший вплив робили не окремі промови й не статті, листівки, плакати або прапори, такого ефекту не могли мати засоби, розраховані на мислення або осмислене сприйняття.

Нацизм в'їдався в плоть і кров мас через окремі слівця, обороти мови, конструкції пропозицій, що утовкмачують у юрбу мільйонними повтореннями й поглинаються механічно й несвідомо.

...Слова можуть уживатися мізерними дозами миш'яку: їх непомітно для себе проковтують, вони начебто б не роблять ніякої дії, але через якийсь час отруєння в наявності. Якщо людина досить довго використовує слово «фанатично» замість того, щоб сказати «героїчно» або «доблесно», то він, в остаточному підсумку, увірує, що фанатик – це просто доблесний герой і що без фанатизму героєм стати не можна. Слова «фанатизм» і «фанатичний» не винайдені в Третьому рейху, він тільки змінив їх значення й за один день уживав їх частіше, ніж в інші епохи за роки» [8, с. 25-26].

Дане висловлення ясно показує можливості мови у практиці діяння. У той же час абсолютно ясно, що про «чистий» вербальний вплив можна говорити обмежено. Тут дуже важливі не тільки зміст, але й зовнішні параметри суб'єкта впливу: статус, зовнішній вигляд, ступінь упевненості у власній позиції, що проявляється в позі, жестах психолога, у тоні, силі й тембрі його голосу й ін. Це має відношення не тільки до усної, але й до письмової мови. Наприклад, розташування тексту, величина шрифту, кольори повідомлення впливають на ефективність сприйняття інформації.

У чому ж причини такого впливового початку мовних засобів? Насамперед, це пов'язане з тим, що слово є носієм певного значення. Сприймаючи слово, об'єкт сприймає й закріплений за ним зміст. Цей зміст або співвідноситься з досвідом людини, його переживаннями, або, у випадку відсутності досвіду, звертається до уяви. З огляду на особистісний характер, як досвіду, так і уяви, у суб'єкта формується індивідуальна реакція на повідомлення.

Залежно від співвідношення змісту повідомлення таким регуляторам поведінки як інтереси, установки, цінності може виникнути позитивне переживання, наприклад, розширення уявлень про світ. Або виникає негативне переживання дисонансу між наявними уявленнями й знову отриманою інформацією. При цьому під когнітивним дисонансом у психологічних словниках розуміється негативний спонукальний стан, що виникає в ситуації, коли суб'єкт одночасно володіє двома психологічно суперечливими «знаннями» (думками, поняттями) про один об'єкт.

Розглядаючи проблему психологічного дисонансу, ми знову вертаємося до проблеми визначення особистісної позиції, прийняття рішення. Когнітивний дисонанс, що дуже часто супроводжує психологічне консультування, передбачає

вироблення людиною певної позиції, що дозволить їй вийти із протиріччя, яке вона відчуває, а значить наблизитися до рішення своєї проблеми. Важливо відзначити, що вироблена позиція може мати на меті як розв'язати дисонанс, так і прийняти його, визнати неминучим. У тому випадку, якщо клієнт приймає зовнішній зміст повідомлення, погоджується з дисонансом, неминучим стає або зміна ставлення до власного досвіду, або до переосмислення, переоцінки повідомлення і його джерела. Це, як і в першому випадку, виступає передумовою або джерелом розвитку особистості й зміни поведінки об'єкта психологічного впливу.

У контексті вербального впливу психолога на клієнта не менш цікавою виступає проблема інтерпретації об'єктом комунікативного наміру суб'єкта впливу. При формулюванні інформації елементарні знакові засоби вводяться в різні значенні зв'язки, утворюючи висловлення, як знакові засоби більш високого порядку. Далі цей процес не зупиняється і з висловленням відбувається така ж операція. Завдяки цьому й досягається певна комунікативна мета. Незаперечно, що формулювання інформації опосередковується й індивідуальним стилем, і традиціями, і станом суб'єкта.

Вищесказане тісно самою мірою має відношення і до сприйняття інформації об'єктом впливу. Через неправильну інтерпретацію комунікативних намірів об'єкта часто їх аналіз підмінюється приписуванням партнерові наміру, що відповідає власному досвіду об'єкта, його цінностям, установкам.

Розглянемо більш докладно реалізацію даних положень на таких варіантах вербального впливу як вселяння, переконання й інформування. При цьому ми будемо пам'ятати про виведений раніше постулат, що «чистий» вербальний компонент є неможливим і ефективність його значною мірою визначається як невербальними компонентами, так і деякими характеристиками суб'єкта психологічного впливу (упевненість у собі, чарівність, вольові якості). У психологічній літературі також відзначається особливе значення для забезпечення високої ефективності характеру взаємин між комунікатором і реципієнтом.

Однак перераховані вище види психологічного впливу мають свою специфіку. Вона проявляється у стані об'єкта впливу під час взаємодії. Вселяння може здійснюватися як у стані пильнування об'єкта, так і в стані гіпнозу. Інформування й переконання найбільш ефективні, коли об'єкт у повній свідомості, стані пильнування.

Виходячи із принципів гуманістичного підходу, у консультуванні вселяння не становить для нас істотного інтересу, тому що припускає безконфліктне, некритичне сприйняття об'єктом інформації.

Переконання людини визначають його

ставлення до дійсності. Результатом же процесу переконання, на думку Залеського Г.С., є формування переконань, які являють собою знання, що стало мотивом поведінки людини, стійкою властивістю його особистості, що виражає готовність людини до прийняття знань (понять, норм, оцінок) як регулятора своєї свідомості й поведінки.

Для того, щоб сформувалося переконання, необхідно вербальними засобами створити умови для звернення об'єкта до власного критичного судження. Інакше кажучи, переконання, як спосіб вербального впливу, являє собою відбір, логічне впорядкування фактів і висновків відповідно до єдиного функціонального завдання.

Даному процесу в значній мірі сприяє аргументація, що, на думку О.Н. Баранова, буває чотирьох видів:

1) Вона може мати логічний характер, і в цьому випадку має місце звертання до загальної структури цінностей об'єкта й суб'єкта.

2) Аргументація також буває емоційно спрямованою. В останньому випадку як цінність виступає стійка когнітивна структура емоційного характеру.

3) Залежно від розв'язуваного завдання виділяють породжувальну аргументацію. Її ціль – знищення або породження цінності у структурі моделі світу адресата.

4) Діалектична, спрямована на зміну ієрархії цінностей.

Узгоджуючись із вищесказаним, відзначимо, що процес формування переконань є опосередкованим. Найважливішу роль у ньому відіграє досвід об'єкта, придбаний їм у діяльності. Це значить, що переконання як вербальний засіб психологічного впливу базується на аргументації позиції, а також організації досвіду людини відповідно до завдань формування відповідних переконань.

Однак переконання як засіб впливу має і свої обмеження. Це, насамперед, негативізм до формованого погляду. Для запобігання цьому необхідне узгодження комунікативних намірів.

Друге обмеження пов'язане з необхідністю усвідомлення й логічного осмислення об'єктом інформації. Якщо останнє неможливе, то, на думку Ю.О. Шерковина, результат впливу скоріше буде пов'язаний не зі свідомим ставленням до деякого змісту, а з некритичним сприйняттям чужої точки зору, тобто вплив досягається механізмом вселяння.

Третє обмеження у використанні переконання - наявність єдиної інформаційної бази й широкий доступ до неї. Це спричиняє однозначне розуміння аргументів, що приводяться, і реципієнтом і комунікатором даного процесу.

Таким чином, процес формування переконань ґрунтується не тільки на вербальних засобах впливу, а спирається й на інші: залучення у спеціальним образом організовану діяльність, невербальний

вплив. У той же час мовний вплив опирається як на аргументацію, апелюючи до соціально й культурно обумовлених цінностей об'єкта впливу, так і на механізми варіативної інтерпретації дійсності. Важливо відзначити, що неможливо розглядати переконання тільки як процес апеляції до свідомого рівня сприйняття інформації і її критичної переробки. Механізми, орієнтовані на свідому обробку інформації, і механізми варіативної інтерпретації дійсності спільно використовуються в цьому варіанті вербального впливу.

Так як і переконання, вселяння самі широкі можливості використання механізмів варіативної інтерпретації дійсності для одержання результату психологічного впливу має й інформування. Специфіка інформування полягає в тому, що об'єктом впливу воно сприймається як найбільш нейтральне для особистості. Реципієнт (адресат впливу) найчастіше не фіксує увагу на завданні інформування (не важливо, існує таке завдання, чи ні), психологічно впливати на нього. Нейтральність позиції джерела інформації (або її видимість) забезпечує ілюзію вільного вибору в ухваленні рішення, у формуванні відношення.

Для досягнення необхідної ефективності інформування С.К. Роцін пропонує використовувати певні прийоми компонування матеріалу: широта інформації, що розуміється як її розмаїтість; глибина, що розуміється як не тільки логічна, але й наукова обґрунтованість тверджень. Із цією ж метою при використанні інформування для непрямого вселяючого впливу, використовують мовні механізми варіативної інтерпретації дійсності всіх рівнів.

Таким чином, виходячи з вищевикладеного, можна зробити наступні висновки: 1. Комунікативні властивості особистості впливають на різні особливості спілкування психолога із клієнтом і ефективність даного спілкування. Вивчення даних властивостей представляє значний теоретико-методологічний інтерес, тому що комунікативні

властивості психолога є основним засобом реалізації його діяльності, засобом досягнення цілей (завдань) і здійснення психологічного впливу. 2. Існують стійкі зв'язки між виділеними особистісними характеристиками й ефективністю спільної вербалізації образу, опосередковані відношенням кожного з партнерів до кінцевого продукту їхньої взаємодії. 3. Істотний опосередкуючий вплив на результати розглянутого психічного процесу спричиняють такі індивідуально-психічні й особистісні характеристики учасників спільної пізнавальної діяльності, як рівень пізнавальної активності, характер мотивації, відношення до виконуваного завдання, включеність у діяльність і у взаємодію з партнером, індивідуальний рівень підготовленості людини до виконання діяльності тощо. 4. Психолог може використовувати не тільки якісний, але й кількісний аналіз мови клієнта. 5. У психологічному консультуванні широко застосовуваними засобами спілкування є мовні. Звичайно такий вплив називають вербальним, і він входить як складовий елемент у такі основні види впливу як інформування, вселяння й переконання. У той же час, він спирається й на інші засоби: на залучення в спеціальним образом організовану діяльність, невербальний вплив. Також мовний вплив опирається як на аргументацію, що апелює до соціально й культурно обумовлених цінностей об'єкта впливу, так і на механізми варіативної інтерпретації дійсності. 6. Для проведення емпіричних досліджень по вивченню феномена спілкування і його значення і впливу на ефективність взаємодії психолога й клієнта, необхідно не тільки враховувати зовнішні фактори (специфіку завдання, ситуацію й т. ін.), але й вивчати як комунікативні якості психолога, так і здатність психолога проявляти ці якості. З цього погляду, найбільш ефективною зі стандартизованих методик психометрії є Каліфорнійський особистісний опитувальник.

ЛІТЕРАТУРА.

1. Абульханова-Славская К.А. Деятельность и психология личности. – М., 1980.
2. Абульханова-Славская К.А. Личностный аспект проблемы общения: В кн.: Методологические проблемы в психологии. – М., 1969.
3. Беляева А.В., Коротков В.Л., Тарабрина Н.В. Личностный аспект вербального взаимодействия в диаде: В кн.: Психологические исследования общения./ Отв. ред. Б.Ф.Ломов. – М., 1985., с.192-207.
4. Васильев Г.С. Проблема коммуникативных способностей членов первичных учебно-воспитательных коллективов: Автореф. дис. канд. психол. наук. – М. 1977.

5. Вопросы психологии общения и познания людьми друг друга / Отв. ред. О.Г. Кукрян. – Краснодар, 1979.
6. Выготский Л.С. Мышление и речь. – М.; Л., 1934.
7. Журавлев А.Л. Об изучении личности руководителя производственного коллектива. – В кн.: Проблемы психологии личности. – М., 1982.
8. Клемперер В. ЛТІ. Язык Третьего рейха. Записная книжка филолога. – М., 1999.
9. Ломов Б.Ф. Общение как проблема общей психологии. – В кн.: Методологические проблемы социальной психологии. – М., 1975, с.124-135.
10. Общение как предмет теоретических и

прикладных исследований /Отв. Ред. А.А.Бодалев. – Л., 1973.

11. Проблема общения в психологии / Отв. ред. Б.Ф.Ломов. – М., 1981.

12. Психологические исследования общения./ Отв. ред. Б.Ф.Ломов. – М., 1985.

13. Психолого-педагогические проблемы общения /Под ред.. А.А. Бодалева. – М., 1979.

14. *Рубинштейн С.Л.* Бытие и сознание. – М., 1957.

15. Социальные и социально-психологические элементы культуры производства /Под. ред. Р.А. Злотникова. – Уфа, 1981.

16. *Шакуров Р.Х.* Директор школы и педагогический коллектив. – Киев, 1975.

17. Martin L.M.W. The use of peers as a resource in problem-solving.- Quart. Ntwsiett. Lab. Comp. hum. cogn., 1982, vol. 4, N 2, p. 55-61.

Подано до редакції 26.03.08

РЕЗЮМЕ

Работа посвящена методологическим аспектам личности психолога и степени их проявления на изучения влияния коммуникативных качеств эффективность его общения с клиентом.

РЕЗЮМЕ

Роботу присвячено методологічним аспектам особистості психолога і ступеня їх прояву на вивчення впливу комунікативних якостей ефективність його спілкування з клієнтом.

SUMMARY

The article is dedicated to some methodological aspects of studying influence of psychologist's communicative qualities and a degree of their display on efficiency of his dialogue with a client.
