

## Невербалната комуникация в публичното говорене

### Толя Стоицова

**Абстракт:** С развитието на новите дигитални технологии в 21. век. естествено се появиха и нови по-сложни, а понякога и по-прости, технологии за общуване. Разрастването на възможностите за комуникиране породило и нови проблеми. Започна да се променя и есенцията или ядрото за разбиране на комуникацията. Най-същественото обаче е, че независимо от техническия и технологичен прогрес, комуникативната компетентност, както в публичното говорене, така и на междуличностно равнище, си остава решаваща. Причината е много естествена. Технологиите действат в сферата на компетентностите като лупа – те увеличават способностите и уменията, за съжаления увеличават и недостатъците и отсъствието на високо ниво на компетентност. Медиите – също действат като лупа. И така ефектът става двоен. В български условия, независимо, че на нивото на висшето образование се водят много специализирани курсове по комуникация, аспектът на невербалните сигнали, особено в публичното говорене си остава като че ли на равнището на мистичните обяснения. Тази статия е посветена точно на това; какво представлява публичното говорене и как невербалните сигнали могат да променят значимо смисъла на посланията.

**Ключови думи:** технологии за общуване, невербална комуникация, публично говорене, комуникативна компетентност, медии, смисъл на посланията.

### **Tolya Stoitsova – Non-Verbal Communication in Public Speaking**

**Abstract:** With the development of new digital technologies in 21 century new communication technology emerge naturally – some of them more complex, other even simpler. The expansion of opportunities of communication brought out new problems. The nucleus or the essence of understanding communication also started to change. The most important thing, not having in mind technical and technological progress solely, still is communication competence on both levels – in public speaking and in interpersonal interactions. The reason is natural. Technologies do act in the fields of competencies as a magnifying glass – they increase the abilities and competencies, but unfortunately they increase disadvantages and the absence of high level competencies as well. Mass media – also act as magnifying glass. So, the effect becomes double. In Bulgarian case, though there are many specialized courses in communication on the level of high education, the aspect of nonverbal clues especially in public speaking still is as on the level of mystical explanations. This article is devoted exactly on this issue – what is the essence of public speaking and how nonverbal clues could change significantly the meaning of the messages.

**Keywords:** communication technologies, non-verbal communication, public speaking, communicative competence, mass media, and messages.

### **Въведение**

Да започнем от началото: Могат ли да живеят хората без да общуват помежду си? Един реторичен въпрос. Въпреки това нека му отговорим. Според автора на тази статия общуването е начин на живот [1] и щом е така, ясно е, че без да комуникираме помежду си, ние не можем нито да оцелеем, нито да организираме груповата си дейност. Така, че колкото и тривиално да звучи, комуникацията си остава проблем от т. нар. вечно значими. Това, че комуникативните технологии се развиват е нещо толкова видимо и чуваемо, благодарение на всеобхватната дигиталност, не означава обаче загубване на човешката компетентност за общуване. Точно обратното – компетентността се разширява и поставя все нови и нови изисквания към поколенията. И колкото и да е чудно на някого, малките деца днес проговарят не с мама и тате, или поне не единствено с тези исторически думи, а с ... „ало“, държейки един от мобилните телефони на родителите си. Не говорят с дистанционното на телевизора, климатика или осветлението. Дори на възраст от 1 година, те вече правят разлика в техническите дистанционни устройства. И ако преди само 2 десетилетия говорехме за децата в компютърния свят, то сега можем сериозно да кажем, че децата ни се раждат и живеят в дигитален и мобилен свят. Това още повече ни задължава като специалисти, да подпомогнем образованието с развитие у децата и младежите на традиционната им комуникативна компетентност – с техническата, те ще се справят по-добре и без нас.

### **Публичното говорене и убеждаващата комуникация**

Нека си припомним от класическия прозорец на личността на Джохари [2], че освен познатото за нас, има и т.нар. „сляпо петно“ у личността ни. Сляпо за нас самите, но не и за другите. Или, за да бъдем успешни, независимо в каква сфера се реализираме, ние трябва да сме наясно какво виждат другите у нас – в начина ни общуване, в поведението ни изобщо. Това е част от компетентността ни, която не можем да развием без да познаваме от една страна, структурата на речта и от друга – особеностите на вербалното и невербалното общуване.

Единственият начин да станем добри публични комуникатори е да се подготвяме много сериозно преди публични изяви, а след тях да се опитаме безпристрастно да анализираме успехите и несполуките си. Или, да усвоим

саморефлексията, процес, който със сигурност ще ни подпомогне в усилията ни да бъдем максимално убедителни в публичното говорене.

Няколко са основните моменти, на които би било добре да обърнем специално внимание:

- **Структура и организация на речта.** При изготвяне на речта – въведение, „основно тяло“ (изложение) и изводи, е необходимо отчитането на различни психологични феномени. Например, комуникаторите трябва да познават добре особеностите на човешката памет и в зависимост от тях, да организират в съдържателен план речта си така, че аудиторията да обърне внимание и да запомни най-важното. Запомня се най-добре края на речта, после – началото, и най-малко, средата. Друг съществен момент от психологична гледна точка е свързан с познаване на аудиторията в смисъл на това, какви са нейните възможности за разбиране на различни мисловни модели и организационни стратегии. Естествено е, че едно и също съдържание е необходимо да бъде представено по коренно различен начин пред различни сегменти от аудиторията. Тя може да бъде с различна образование, възраст, мотивация, нагласи и т.н.
- **Поднасяне на речта.** Става въпрос за специфични говорни и психологични характеристики като артикулация, произношение, сила на гласа и език на тялото. За публичните говорители артикулацията е съществена, тъй като тя е първото и необходимо условие за разбиране на речта. Произношението е свързано с приписване на етнически характеристики, а също така и с регионални диалекти и особености на говора, което дава възможност на аудиторията да идентифицира по определен начин публичните говорители. Силата на гласа е също от съществено значение – и двата крайни варианта водят до неефективност в комуникацията: Много тихото говорене принуждава аудиторията да се напруга, за да чуе речта; много силното говорене пък създава убеждението, че публичният говорител се кара на аудиторията. Езикът на тялото е този, който прави произнасянето на речта ефективно: „Говорим с думи, но общуваме с цялото си тяло“ [3]. „С устата“ можем да излъжем, защото речта протича на равнището на съзнанието, което ни дава възможност за контрол. „Тялото ни“ обаче показва какви сме всъщност, защото невербалната комуникация на може да се контролира, ако едновременно с нея участваме и на вербално равнище, т. е. говорим. Затова и следващата секция от текста

ни е посветена именно на ролята на елементите от невербалния канал на информация.

- **Съдържание на речта и подкрепящ материал.** Формулиране на проблема, целите на речта, както и начините, по които подкрепяме идеите си, са не по-малко съществени от самото поднасяне на речта. Хубавото е, че подготовката на речта е нещо предварително и от нашите положени усилия зависи в голяма степен успешността на публичното говорене. Предварителната подготовка на посланията от една страна е свързана с познавателните възможности на говорителите – познаване и използване на доказателства, аргументи и причинно-следствени връзки; формулиране на логични, емоционални, етични и реалистични апели. Всички тези лесни за изброяване и трудни за осъществяване изисквания подчертават още веднъж необходимостта от сериозна предварителна подготовка на публичните говорители. От друга страна, както вече отбелязах, формулирането на проблемите и свързаните с тях послания зависят и от спецификата на аудиторията. Днешното съвремие на силно развитие на нови комуникативни технологии, предлага огромни възможности за изява на публичните говорители – вариантите не за онагледяване, а за визуализация на речите, днес на практика са неизброими. Така, високата комуникативна компетентност, постигната чрез специализирано тренингово обучение, се превръща в професионално изискване за публичните говорители.
- **Ефект и възприемане.** Чрез това правило се въвежда баланс между потребностите на комуникатора и основните характеристики на аудиторията. За да осъществи стремежа си към постигне на определени цели чрез речта си, необходимо е публичният говорител да подготви речта се като я съобрази с основните характеристики на аудиторията – възраст; пол; социална принадлежност; образование; политически и етични нагласи; разполагане с (налично) време, и т.н. Това означава, че най-добрият вариант за удовлетворяване изискванията за постигане на определен ефект от произнасянето на една реч, е предварителното проучване на аудиторията.
- **Език и стил.** Освен лингвистичните изисквания към езика и стила на речта, естествено се прибавят и психологични, най-вече свързани с параезиковата модалност на невербалния комуникативен канал: Дали интонацията да бъде преди всичко неутрална или дружелюбна, зависи от характера на аудиторията, както и от проблема за обсъждане. Успешният комуникатор маневрира в използването на интонационните възможности на речта в зависимост от обратната връзка, която му

подава публиката. Способността да се следи непрекъснато обратната връзка от аудиторията, не се придобива изведнъж или с предварителна подготовка. Тук е мястото на „тренирането“. Колкото повече опит натрупва публичният говорител и колкото повече използва саморефлексията, толкова става по-добър и желан оратор в публичното пространство.

### **Специфика на невербалната комуникация**

Освен вербалното – естественият език, на който говорим, в директното общуване и особено в публичното говорене, съществена роля изпълняват и елементите на невербалното поведение. Езикът на тялото няма нищо общо с мистиката. Самата метафора „език“ подсказва, че невербалното има свои правила и особености. Терминът „модалност“ широко навлязъл в социалната област, макар и заимстван от технологичните дисциплини, показва качеството на амплитудност, или свиваемост или гъвкавост на невербалните сигнали в зависимост от контекста, в който те се реализират. Като специфичен език невербалните сигнали могат да се обединят в шест големи модалности, всяка от които е свързана с останалите и въздейства по определен начин в човешките взаимодействия. Класификацията на невербалните модалности включва [4]:

**Проксемика** – Големината на разстоянието и обемът от въздух, които са ни необходими, за да се чувстваме добре при публична изява, се влияят от не малък брой фактори. Те включват социалните норми, ситуационните фактори, личностните характеристики и равнището на фамилиарност.

**Кинесика** – Проучванията на езика на тялото се задълбочават значимо след 1970 г. на миналия век. Проблемът е, че масмедииите, например се фокусират предимно върху интерпретацията на социално неприемливите и защитните жестове. Такива са закритите пози на тялото, кръстосаните ръце и крака. Значими елементи на кинесиката обаче са и контактът с очи, мимиките и огромен брой жестове и движения на тялото и части от него. Тук е мястото да кажем, че телевизионната камера, например, е безпardonна [5]. Тя „се пъха“ навсякъде и показва каквото не можем да видим дори на живо. Точно затова, е необходимо всичко да изпипаме предварително – като започнем със структурата на речта и илюстриращите материали и завършим с облеклото, което трябва да се съобрази много точно със ситуационните изисквания.

**Параезик или паралингвистика** – Тази модалност на невербалната комуникация включва интонацията, тембъра и силата на гласа, специфичните „извивки“ на гласа, както и паузите в речта. Познавачите

знаят отлично какъв огромен ефект има интонацията върху схващането на смисъла на изреченията и отношението на говорещия към аудиторията. Три са основните интонационни модела: неутрален, дружелюбен и враждебен. Последният води до реципрочна реакция от аудиторията – също враждебност, дори агресивност. Най-подходящ модел на убеждаваща комуникация в термините на параезика е неутралната интонация. Тя премества фиксирането на вниманието от страна на аудиторията от личността на публичния говорител върху проблематиката в речта му, каквато е целта на механизма на убеждаване. Дружелюбната интонация, много привлекателна сама по себе си, показва в какви случаи е адекватна за използване – сред съмишленици. В повечето случаи обаче, като публични говорители ние сме изправени пред или непозната, или смесена, по отношение на нагласите към проблема, аудитория. Затова не е подходящо да използваме дружелюбността, която ни излага на риск да бъдем сметнати за лицемери от част от аудиторията.

**Тактилност** – Комуникирането чрез допир е друга съществена модалност на невербалната комуникация. С допир започва човешкото общуване. Докосването е нещо много важно за хората. В случая с деловите взаимодействия, единствено ръкуването в началото на взаимодействието и в края му е допустимо като ритуален жест на добро отношение. Когато обаче сме говорители пред многобройна публика, всякакъв допир е табу, туй като взаимодействието е дебалансирано по отношение на броя на хората, които участват в него: един говорител и публика.

**Обонятелната модалност** – комуникацията чрез естествен мирис на тялото, не играе роля в публичното говорене. Затова и няма да се спираме на нейната същност.

**Цивилизационна модалност** – комуникация, показваща нашия избор на дрехи и техните цветове, накити, прически и други лични предмети, както и собственост, която имаме като коли и къщи. Оказва се, че начинът, по който сме облечени в конкретна ситуация на публично говорене, оказва не малко въздействие върху аудиторията. Ако става въпрос пък за публична изява пред телевизионния екран, изискванията към външния ни вид се увеличават поради спецификата на самата медия, която „обича“ едни цветове, а други – не; която отразява някои шарки и десени по неподходящ начин; или „захлупва“ личността ни с неадекватните бижута, които сме избрали за изявата си.

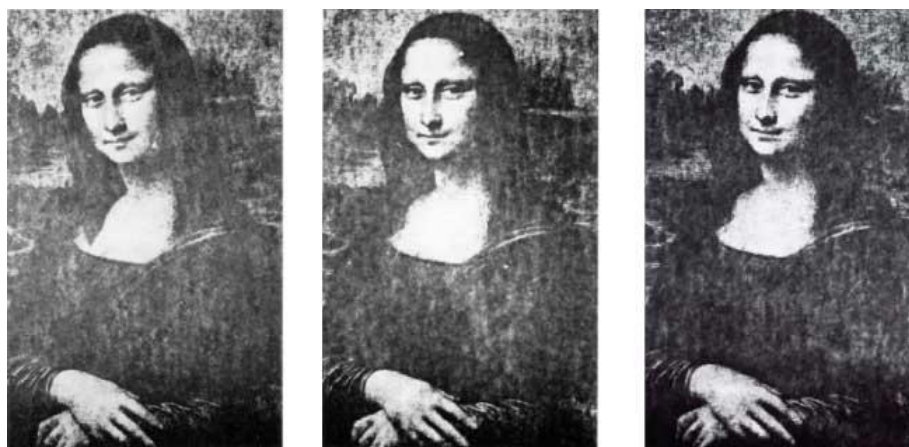
**Един щрих като пример как дори застиналото двигателно поведение може корено да промени смисъла на посланието**

Точно, както паразикът и най-вече интонацията се свързват директно с говоренето – публично или междуличностно, така е и с двигателната или кинестетичната модалност на живото общуване. Като най-видими за партньорите, движенията на тялото изразяват собствен смисъл. Той може да подкрепя казаното с думи – консонанс, може и да го отхвърля изцяло (дисонанс), а може и да го нюансира по различен начин от изговорените думи. Затова и не случайно за цялостното невербално поведение всекидневният етикет е на метафората „език на тялото“.

Един много добър съвременен изследовател на невербализма в Европа, проф. Гари Бенте от Университета в Кьолн [7], успява да съчетае природната възможност на човека за общуване, а това означава разбиране на смисъл, с възможностите на компютърния софтуер. Той сам е създател на програми, които благодарение на съвременната техника могат да проследяват движението на човешкия поглед, неговото задържане и темпо на преместване, които в логическа схема дават възможност за психологична интерпретация на важноста на елементите, които се възприемат в комуникативна ситуация.

Благодарение на съвременните технологии Гари Бенте успява да промени много малко невербалното поведение, при това на застинало, а не подвижно изображение, на шедеври в живописата и иконописа.

Първият ни пример е с Мона Лиза или Джокондата („Веселата жена“) както е популярна картината на италианския майстор Леонардо да Винчи.



Без да е познавач на живописата като рисувателно изкуство, само от обща култура, всеки образован човек веднага ще открие оригинала – в средата на тройната картина. В останалите две е променен и то съвсем леко само

наклонът на главата – наляво и надясно по отношение тялото на Мона Лиза. Но какво става с интерпретацията тогава? Изведнъж „загадъчната усмивка“ на жената, каквато е интерпретацията в оригинала, се превръща в „тъжната усмивка“ в първата картина или „закачливата усмивка“ – в третата картина. По-нататък бих искала читателят сам да наблюдава и интерпретира големите промени в смисъла, резултат от малката промяна в движението или позата на главата.

Вторият пример е не по-малко красноречив. Може би е и още по-впечатляващ, защото става въпрос за иконопис. Без да познавам каноните на религиозната живопис, отново можем да разпознаем оригинала на картината – първата или тази, в ляво на нас. Сведеният скромно поглед, издаващ вътрешна смиреност и благочестие безспорно контрастира с излъчването на образа от променената по компютърен тип рисунка – тази от дясно на нас. Жената не само, че не е скромна и смирена, а тъкмо обратното – тя е лукава и капризна. И противоположността на излъчването на женския лик в двата случая – оригинал и компютърно копие, се дължи само и единствено на леката промяна в наклона на главата вместо на дясно, както е в оригинала, наклонът е наляво. Всички останали детайли в облеклото и фона са едни и същи.

Няма нужда от повече интерпретация. Самият автор – Гари Бенте е направил много повече и по-сложни промени в популярни изображения, за да защити безспорната теза за изключително голямата значимост на невербалните сигнали в процесите на комуникация.



**Заклучение**



Ролята на публичния говорител никак не е лесна. В зависимост от неговата комуникативна компетентност, която включва без съмнение и невербалните умения за кодиране и декодиране на сигнали, аудиторията не просто слуша и разбира смисъла на посланията, а понякога взема сериозни решения. Например, доказано е, че политическото говорене влияе много по-силно на избирателите, отколкото самите политически програми в писмен вид [6]. Друг пример би бил с ПР кампаниите, целящи благотворителност – събиране на средства за тежко болни, или за закупуване на скъпа медицинска апаратура. Отличният ПР специалист остава в сянка, той е неизвестен, но е подбрал такива публични говорители, които въздействат и на най-слабите във финансово отношения хора да участват в благотворителността.

### **Цитирани източници**

[1] Стоицова, Т. (1998). Живеем с другите. Социалнопсихологични проблеми. София: НБУ.

[2] Luft, Josef. (1970). Group Processes. An Introduction to Group Dynamics. (Second Edition). Mayfield Publishing Company. Palo Alto, California.

[3] Стоицова, Т. (1991). Говорим с думи – общуваме с цялото си тяло. Съвременна журналистика, бр. 1-4, 5-24.

[4] Стоицова, Т. (1992). И усмивката може да бъде заповед. Как да се научим да разбираме езика на тялото, София: Европринт.

[5] Стоицова, Т. (2004). Лице в лице с медиите. Въведение в медийната психология. София: Просвета”.

[6] Русинова-Христова, А. (2003). Политическото говорене. Психологични механизми. София: Интерпрес.

[7] Нов български университет имаше удоволствието проф. Гари Бенте от Университета в Кьолн, Германия, да вземе лично участие като ключов лектор на една от докторските конференции на НБУ, в секцията по комуникации през 2007 г. За нас един от най-интересните му изследователски проекти е този, който се занимава с компютърна симулация на човешкото поведение по време на комуникация, както и изучаването на възприемането на невербалните сигнали при общуване. В неговата лична страница може да се запознаете по-детайлно с неговата изследователска

практика и публикацииите  
fak/psych/diff/english/contact.html

му: <http://www.uni-koeln.de/phil->