

Сергій Мельник, Анастасія Крайнюк
Одесский национальный политехнический университет
Одесса, Украина

ПРО ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРОЛІНГВІСТИЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ В ДІЛОВІЙ СФЕРІ СПІЛКУВАННЯ

У статті розглядаються основні принципи й особливості застосування нейролінгвістичного програмування в діловій комунікації.

Ключові слова: ділове спілкування, інформація, комунікативістика, комунікація, нейролінгвістичне програмування, зворотний зв'язок.

В статье рассматриваются основные принципы и особенности применения нейролингвистического программирования в деловой коммуникации.

Ключевые слова: деловое общение, информация, коммуникативистика, коммуникация, нейролингвистическое программирование, обратная связь.

This article discusses the key principles and features of neuro linguistic programming in business communication.

Keywords: information, communication, communication science, neuro-linguistic programming, feedback.

Ділове спілкування – це складне соціокультурне явище, багатоплановий комунікативний процес, сутністю якого виступає встановлення й побудова спілкування між людьми, що викликане спільними професійними інтересами та відбувається у рамках обміну знаннями, інформацією конкретного напрямку.

Для будь-якої комунікації на першому плані стоїть результат, тобто зворотній зв'язок, який надає інформацію про те, чи було отримане відправлене повідомлення і, якщо так, то як саме його зрозумів адресат. Через дію шумів відбувається деформація відправленої інформації, за допомогою чого ділова комунікація не досягає бажаних результатів, незважаючи на компетентність, освіченість, загальну ерудованість і добрі наміри комунікантів. Застосування методик нейролінгвістичного програмування (НЛП) надає змогу досягнути бажаної поведінки окремих осіб або колективів, використовуючи силу мовленнєвих патернів, навіть в найбільш складних ситуаціях.

Відносно ефективного застосування нейролінгвістичного

праграмування в діловому спілкуванні існує безліч книг, авторами яких є відомі практики НЛП: С. Андреас, Б. Боденхамер, Т. Гаррат, Р. Ділтс, Дж. О'Коннор, Р. Праєр, Ч. Фолкнер, М. Холл та ін.. Але в основному це все зарубіжні автори, які пишуть англійською мовою, тому слід відзначити, мовленнєві патерни та комунікативні лінгвістичні стратегії, взагалі досягнення ефективного використання НЛП, які вони пропонують, не завжди можуть співпадати з українськими аналогами через те, що англословні люди мають своє «ментальне» мислення, свої мовленнєві особливості (ідіоми), традиції (мовленнєві кліше, фразеологізми), а також звичаї в діловій сфері спілкування. З цієї причини вітчизняні автори працюють з перекладами, які не завжди коректно накладаються на культурний простір та менталітет українського народу. Крім того, на відміну від США (Р. Бендлер, Дж. Гріндер, Р. Ділтс та ін.) та Росії (Н. Владиславова, О. В. Герасимов, А. А. Плігін та ін.), де створюються окремі школи НЛП для розвитку ефективних комунікативних умінь у міжособистісному, груповому спілкуванні, для застосування на практиці з метою використання принципів НЛП в сфері маркетингу та менеджменту, українська наука з комунікативістики ще не достатньо зацікавлена цим напрямком через більшість літератури з НЛП спекулятивного характеру та за відсутністю якісного перекладу. Англійські мовленнєві формули та патерни у варіанті українського перекладу не завжди є доречними у нашому соціокультурному просторі тому, що лише мова виражає розумові та когнітивні процеси.

Ще 25 років тому було доведено, що застосування НЛП в сфері ділової комунікації значно полегшує процес знайдення взаєморозуміння як між партнерами, так і в трудовому колективі, надає змогу швидко досягнути мети кожному із учасників комунікації [1, 8]. Не менш важливим є те, що НЛП – не маніпуляція почуттями та поведінкою співрозмовника, а один із способів використання мовленнєвих структур, характерних даному учаснику ділової комунікації, задля здобуття взаємовигідного рішення. Мовленнєві формули працюють не на маніпуляцію, а на дії, які спрямовані на пристосування до умов конкретної ситуації, тобто на актуалізацію. Тож чітке розуміння можливостей цього напрямку стає мотивацією для ознайомлення з його прийомами.

Теорію успішного спілкування описують п'ятнадцять положень, використання яких на практиці забезпечує взаєморозуміння та успішність зносин. Кожне з положень звертає увагу на найважливіші

аспекти спілкування, які яскраво проявляють свою дію в діловій комунікації. Перше з них стверджує, що кожна людина унікальна і сприймає дійсність по-своєму. Акцептувати унікальність інших – значить визнавати їх цінність, поважати їх індивідуальність, допускати, що хтось інший, а не «краще» або «гірше», тобто це не що інше як розуміння того факту, що ми всі є носіями унікальних карт [2, 209].

Ще одне з положень НЛП говорить – значення спілкування визначається реакцією, яку воно викликає. За словами Роберта Ділтса: «Значенням інформації для адресата є реакція, викликана цією інформацією у адресата, незалежно від намірів, які були у відправника цієї інформації» [3, 195]. Залежно від реакції співрозмовника ініціатор комунікації будуватиме своє мовлення, використовуючи при цьому різноманітні мовні патерни. Наприклад, коли Ваш співбесідник засмучений і говорить: «Я знайшов вихід із проблемної ситуації, але вона знову може повторитись», достатньо застосувати мовленнєвий патерн «навіть якщо» В такому випадку втішні слова будуть звучати: «Ти знайшов вихід із проблемної ситуації, навіть якщо вона може повторитись». За допомогою такої мовної конструкції можна сфокусувати увагу співрозмовника не на проблемі, а на результаті, на позитивних моментах.

В основі будь-якої поведінки лежать позитивні наміри – одне з найважливіших положень НЛП. Поведінка сприймається кожною людиною як доречна в конкретному контексті. Легше і продуктивніше реагувати на ці наміри, а не на прояв проблемної поведінки. Будь-яка поведінка виправдана в конкретному контексті. Виникнення конфліктів і непорозумінь часто пояснюється відмінністю ментальних карт, які в кожного індивіда є особливими та унікальними. Так, людські органи чуття влаштовані дуже схоже, але наші вчинки засновані на тлумаченні побаченого і почутого – на те, що вони означають саме для нас. Кожен витягує з переживань свій сенс, який іноді трохи, а іноді дуже сильно відрізняється від вражень інших людей. Ви коли-небудь замислювалися над тим, в якому світі живе ваш співрозмовник? Він чимось схожий на ваш світ, але в той же час повністю відрізняється від нього [2, 210]. Через ментальні карти відбувається сприйняття навколишнього світу у всіх його проявах, бачення ситуацій та їх рішення. Емпатія: уміння бачити світ очима інших, розуміти його так само як вони, сприймати вчинки з їх же позицій є дуже важливим навиком для успішної комунікації.

Довірчі відносини і розуміння в процесі взаємовідносин людей є надзвичайно важливими, адже без них не можливо уявити спілкування в сфері ділової комунікації. Поняття рапорта містить у собі здатність розуміти точку зору співрозмовника (при цьому не обов'язково погоджуватися з нею), навички розуміти один одного з півслова і розуміти почуття одне одного. Рапорт – це життєво важливий елемент будь-якої форми спілкування, – звичайно, тільки в тому випадку, якщо ви хочете досягти успіху! Для успішного встановлення контакту необхідно в першу чергу встановити репрезентативну систему співрозмовника. Як же визначити, хто перед вами: візуал, аудіал чи кінестетик? Це напрочуд легко зробити, якщо уважно проаналізувати вербальні компоненти комунікативного процесу. Наприклад, уявіть собі трьох людей, які переглянули презентацію нового проекту організації та їх реакції:

Візуал: «На мій погляд, проект матиме величезний успіх. Я бачу неймовірні перспективи».

Аудіал: «Тема озвучена грамотно та професійно. Хочу підкреслити, що Ви справжній майстер своєї справи».

Кінестетик: «Це явно, що Ви розумієте цю проблему як ніхто інший. Я відчуваю – перемога за нами».

Підкреслені слова в реченнях є сенсорно-визначеними словами. Такі прикметники, дієслова, займенники в НЛП називаються предикатами. Звичне застосування співрозмовником одного виду предикатів вказує комунікантові на репрезентативну систему, якій реципієнт віддає перевагу. Щоб успішно побудувати рапорт, можна застосувати техніку пристосування до предикатів партнера з комунікації. Завдяки якій можна розмовляти з ним його «мовою».

Важливим моментом ділової комунікації є вміння швидко реагувати на зміни ситуацій чи обставин та знаходити варіанти вирішення конкретної мовної моделі. Чим більше різних точок зору на ситуацію у людини, тим вище його психологічна гнучкість. Чим вище його психологічна гнучкість, тим простіше його життя. У виявленні альтернатив допоможуть допоміжні запитання:

- Що хорошого в цій ситуації? В чому її користь для мене?
 - Чому може навчити мене ця проблема?
 - Наскільки дана ситуація критична в масштабі всього мого життя? Згадаю я про неї через десять – двадцять років?
 - А як би могли відреагувати на цю ситуацію інші люди? [3, 170].
- Сфера ділової комунікації вимагає використання низки

прийомів та дотримання багатьох принципів. Серед яких і рефреймінг – процес зміни фрейму, в рамках якого сприймається певна ситуація. Цей прийом дозволяє знаходити вихід з будь-якої ситуації. Фрейм або психологічна «рамка» є своєрідним фоном для перебігу тих чи інших подій чи переживань. Рефреймінг полягає в розстановці акцентів в конкретних переживаннях і звертає нашу увагу на них. Наприклад, якась проблема, яка привела нас до відчаю в даний момент, може здатись нікчемною на фоні всього прожитого життя, чого можна досягти за допомогою зміни розмірів фрейма.

Досягти успіху, не лише в переговорах, але й в стосунках між керівником та його підлеглими, допоможе такий метод, як позитивне формулювання негативних тверджень. За його застосування, безліч вимог та скарг, можна виразити в позитивному руслі, що послужить мотивацією для робітника.

Таблиця 1.

Застосування рефреймінгу

Негативне твердження	Позитивне формулювання
Марно витратити час	Поповнювати професійний досвід
Без результатів	Успішно та ефективно
Конфлікувати	Знаходити компроміси
Некомунікабельність	Комунікативна компетентність

В такому випадку вислів: «Наші продажі впали адже Ви не розумієте потреби покупців і не можете зацікавити їх!» може звучати, як: «Впевнений, Ви можете працювати набагато краще, достатньо лише використати свої навички по роботі з клієнтами, якими Ви володієте!». І реакція буде позитивною, що максимально ефективно вплине на результат роботи.

З огляду на сказане, слід зазначити, що ділова сфера потребує постійних взаємозв'язків, які опираються не лише на суто переговори чи ділові бесіди, а й на взаємини у колективі. Тому необхідно вміти знаходити потрібні слова для підтримки, заохочення, мотивації чи скарги відповідно до ситуації, віку, посади співрозмовника. Нейролінгвістичне програмування не є засобом маніпуляції, це метод підвищення культури спілкування у всіх її проявах.

Література

1. О'Коннор, Дж. НЛП в повседневной жизни [Текст] / Дж. О'Коннор, Я. Макдермотт. – М. : «Издательство ФАИР», 2008. – 192 с.

2. Бэндлер, Р. Структура магии. Главная книга по НЛП в мире. Т.I и II [Текст] / Р. Бэндлер. – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2008. – 375 с.
3. Андреас С. НЛП. Технология успеха [Текст] / С. Андреас, Ч. Фолкнер. – М. : Эксмо, 2010. – 400 с.

Віолетта Лавренюк
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

РОЗВИТОК ФАХОВОГО МОВЛЕННЯ СТУДЕНТІВ НА ЗАНЯТТЯХ З УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ

В статье раскрываются важные аспекты развития профессиональной речи на занятиях украинского языка профессиональной направленности.

Ключевые слова: *развитие речи, служебные части речи, официально-деловая лексика, типичные речевые обороты.*

У статті розкриваються важливі аспекти розвитку фахового мовлення на заняттях з української мови за професійним спрямуванням.

Ключові слова: *розвиток мовлення, службові частини мови, офіційно-ділова лексика, типові мовні звороти.*

In the article the important aspects of development of the professional broadcasting open up for employments on the lessons of Ukrainian languid by professional aspiration.

Key words: *development of broadcasting, official parts of speech, officially-business vocabulary, tupal tums of phrase.*

Дисципліна “Українська мова за професійним спрямуванням” має на меті навчити студентів-нефілологів усіх спеціальностей мови ділових паперів, спеціальних текстів, багатства ділової лексики та фразеології. Тому об’єктом проблемного навчання виявляються правильний вибір слова, переклад з російської мови українською, що застерігає від помилок у неправильному вживанні усталених форм, сполук, прийменників, що разом є засобом боротьби за чистоту і правильність мови.

Важливою ділянкою на шляху подолання труднощів, пов’язаних із перекладом текстів, є вибір прийменника. Сфера вживання прийменників у діловій мові необмежена, тому варто врахувати деякі