

Radosław Sajna

Dale G. Leathers:
***Komunikacja niewerbalna.
Zasady i zastosowania***¹

Trudno wyobrazić sobie polityka – profesjonalistę, który nie opanowałby przynajmniej podstaw języka niewerbalnego. W demokracji liberalnej bowiem polityk staje się towarem na „sprzedaż”, o czym doskonale wiedzą specjaliści od wizerunku w dojrzałych demokracjach, jak choćby w Stanach Zjednoczonych, gdzie na „sprzedaż” wystawiono ostatnio czarnoskórego Baracka Obamę, żonę Billa Clintona – Hillary czy charyzmatycznych kandydatów republikańskich, którzy kontynuować mieli dzieło polityczne George’a W. Busha. Zaden z kandydatów na fotel prezydenta Stanów Zjednoczonych nie miałby szans na elekcję, jeśli przyjąłby postawę podobną do Lecha Wałęsy, kiedy twierdził, że „nikt mu nie będzie mówił, jak ma się ruszać”. Nagroda Nobla nie wystarczyła, by Wałęsa utrzymał popularność wśród wyborców przez dłuższy czas, choć pozostał autorytetem dla wielu Polaków. Przeciwnieństwem jest tu Andrzej Lepper, który noblistą ani autorytetem raczej już nie będzie, ale za to pozwolił innym (np. Piotrowi Tymochowiczowi) pouczać go, jak ma się ruszać, ubierać, opalać itd., dzięki czemu jego wizerunek ewoluował od ulicznego łobuza-troglodyty do eleganckiego, niesforenego polityka-dowcipnisia, aż doszedł do funkcji wicepremiera. Najwyraźniej awans wizerunkowy przerósł jednak jego możliwości, bo szybko spadł z politycznego piedestału.

Można oczywiście poddawać krytyce całe zjawisko deideologizacji polityki i dominacji marketingu politycznego nad kwestiami programowymi, lecz nie można, bez wątpienia, osiągnąć sukcesu politycznego w dobie multimediów, marginalizując znaczenie aspektów wizualnych i innych komunikatów niewerbalnych. Słowo zostało przytłoczone obrazem, a polityka coraz bardziej percepowana jest sensorycznie, a nie rozumowo. Dlatego też każdy polityk (a nie tylko specjalista od wizerunku) powinien być zainteresowany książką amerykańskiego komunikologa Dale’a G. Leathersa: *Komunikacja niewerbalna. Zasady i zastosowania*. To pierwsza znana mi, tak obszerna publikacja (ponad pół tysiąca stron) na ten temat, jaka ukazała się na polskim rynku wydawniczym.

¹ D.G. Leathers, *Komunikacja niewerbalna. Zasady i zastosowania*, przeł. M. Trzcińska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, ss. 542.

Dale G. Leathers jest uznanym wykładowcą i badaczem z dziedziny nauk o komunikowaniu, kierował między innymi. Wydziałem Komunikacji na University of Georgia, był prezesem amerykańskich organizacji National Communication Association i Southern Communication Association oraz redaktorem „Southern Journal of Speech Communication” i autorem licznych publikacji z zakresu komunikowania werbalnego, niewerbalnego oraz kształtowania wizerunku. Dzieło tu omawiane w oryginale zatytułowane było *Successful nonverbal communication. Principles and applications, 3rd edition*, a więc *Skuteczne komunikowanie niewerbalne. Zasady i zastosowania, trzecie wydanie*. Nie wiadomo dlaczego, w polskim tłumaczeniu zrezygnowano z przymiotnika „skuteczne”, wszak skuteczność ma tu kluczowe znaczenie, zwłaszcza, gdyby rekomendować tę książkę właśnie politykom lub kandydatom na polityka.

Książka składa się z trzech części: „Komunikacja niewerbalna”, „Doskonalenie komunikacji niewerbalnej” oraz „Skuteczna komunikacja w praktyce”, podzielonych łącznie na 19 rozdziałów. Pierwszy rozdział wyjaśnia naturę komunikacji niewerbalnej, a więc jej funkcje, systemy i podsystemy, ale przede wszystkim definiuje samo pojęcie zawarte w tytule, zestawiając je z komunikowaniem werbalnym. Niewerbalne i werbalne sygnały często się bowiem uzupełniają, stąd też nie może zabraknąć analizy interakcji pomiędzy tymi dwoma systemami komunikacji i przetwarzania międzypółkulowego (dwie półkule mózgu „współpracują” przy przetwarzaniu sygnałów werbalnych i niewerbalnych). Kolejne rozdziały pierwszej części (od 2. do 8.) poświęcone zostały poszczególnym elementom komunikowania niewerbalnego, a więc ekspresji twarzy, zachowaniom wzrokowym, komunikacji ciałem, komunikacji proksemicznej, dotykowi, wyglądowi fizycznemu oraz komunikacji wokalne.

Cała część pierwsza przypomina zatem „wiwisekcję” komunikowania niewerbalnego, przybliżającą czytelnikowi kolejno poszczególne kody komunikacyjne. Twarz ma być najważniejszym źródłem informacji emocjonalnej, choć przecież wskazać można osoby o tzw. kamiennej twarzy, niewiele „mówiącej” (spośród polityków polskich można by przypomnieć Waldemara Pawlaka). Leathers podpowiada jednak także, jak rozpoznawać i chronić się przed „twarzą zwodniczą”. W przypadku „mowy oczu” wyjaśnia, jak wykorzystywać można komunikacyjny potencjał zachowań wzrokowych, ale wymienia i opisuje też ich funkcje. Dla polityka szczególne znaczenie ma z pewnością funkcja przekonywania, funkcja władzy oraz funkcja kierowania wrażeniem. Profesjonalnie przygotowany polityk może zatem zyskiwać punkty w wyścigu o poparcie społeczne samym spojrzeniem, choć niezwykle trudno wyszkolić człowieka w tym zakresie, bo – jak sam autor podkreśla – wiele informacji komunikowanych przez oczy umyka świadomości.

Łatwiej świadomie komunikować ruchem ciała, choć także w tym przypadku nie sposób w pełni kontrolować własnych ruchów. Warto jednak poznać „elementarz” mowy ciała, naturę jego sygnałów czy gestów i postaw, choć przecież ję-

zyk ciała jest zdecydowanie bardziej wieloznaczny niż komunikowanie werbalne. Leathers pisze między innymi o niewerbalnych wskaźnikach sympatii i antypatii, asertywności i nieasertywności, czy siły i słabości. Zakładając, że polityk chciałby się jawić jako sympatyczny, asertywny i jednocześnie silny, nie powinien omijać stron rozdziału 4. omawianej tu książki. Nie zaszkodziłaby mu zapewne także lektura rozdziału 5. o komunikacji proksemicznej, gdzie mowa jest o przestrzeni, dystansie, a także o skutkach naruszenia norm i oczekiwań proksemicznych. Ma to szczególne znaczenie w przypadku kontaktów z reprezentantami innych kultur, a więc przydatne byłoby zwłaszcza dla przedstawicieli dyplomacji. Podobnie, aspekty związane z dotykiem – nie wszystkie bowiem kultury akceptują np. poklepywanie po plecach czy choćby całowanie kobiet po rękach.

Bardzo ważny jest wygląd fizyczny w procesie komunikowania, czemu poświęcony jest rozdział 7. Żadnego polityka nie trzeba przekonywać, że powinien być zadbany i elegancki (chyba że świadomie chce się jawić jako „człowiek z ludu”, którego nie stać na garnitury od Armaniego). Podobnie jak nie trzeba nikogo dorosłego uczyć, jak ubrać się na przyjęcie weselne, a jak na uroczystą ceremonię. Polityk nie musi być piękny, ale jego wizerunek musi być spójny. Przed wyjazdem jednak do radia na audycję lepiej byłoby, gdyby polityk przeczytał rozdział 8. książki Leathersa, w którym mowa o komunikacji wokalne i jej trzech głównych funkcjach: emocjonalnej, regulacyjnej i, co niezwykle ważne, kierowania wrażeniem. Brzmienie głosu bowiem decyduje o tym, jakie cechy osobowości przypisujemy osobie mówiącej. A poza tym, sygnały wokalne mają znaczący wpływ, zdaniem autora, na trzy wymiary wizerunku: wiarygodność, atrakcyjność interpersonalną i dominację.

Druga część książki (rozdziały 9–13.) zatytułowana jest „Doskonalenie komunikacji niewerbalnej”, a więc czytelnik, po zapoznaniu się z istotą tego typu komunikacji, poznaje sposoby jego skutecznego wykorzystania. Rozdziały 9. i 10. dotyczą kształtowania i kierowania wrażeniem. Nie zabrakło w nich także odniesień do amerykańskiej polityki, przeanalizowano bowiem wizerunek George’a Busha seniora z okresu jego kampanii prezydenckiej w 1988 r. Leathers pisze o wizerunku Busha jako „słabeusza” (jako kontrastującym z wizerunkiem G.W. Busha juniora): „Ostatecznie to prawdopodobnie komunikacyjny styl Busha przyczynił się w największym stopniu do stworzenia wrażenia, że jest on słabeuszem. [...] Na przykład, zachowania wzrokowe Busha z pewnością wzmocniały publiczne postrzeganie go jako uległego mięczaka” (s. 256). Jego syn, być może biorąc lekcję z wizerunkowych problemów ojca, stał się globalnym „twardzielem”, który nie miał zamiaru ulegać nawet naciskom Europy czy ONZ.

Tytuł rozdziału 11. brzmi nadzwyczaj prowokująco i powinien przyciągnąć uwagę każdego polityka (choć nie tylko, oczywiście): „Sprzedaj się niewerbalnie”. W tym przypadku Leathers rozpoczyna wywód od przytoczenia fragmentu wywiadu, jakiego udzielił senator Ted Kennedy amerykańskiej telewizji CBS 4 li-

stopada 1979 r. Na pytanie: „Jaki jest obecny stan pańskiego małżeństwa, senatorze?”, zafrasowany polityk odpowiadał niemrawo i wykrętnie, co ocenione zostało negatywnie przez widzów. Kennedy zaczął jawić się jako człowiek o chwiejnym i „wykrętnym” charakterze – ucierpiała na tym jego wiarygodność. Jej wymiary analizuje właśnie autor omawianej tu książki. Są to: kompetencja, zasługiwanie na zaufanie oraz dynamizm. Przy analizie wpływu sygnałów niewerbalnych na wiarygodność Leathers przypomniał jeszcze kilku innych prezydentów amerykańskich (lub kandydatów na tę funkcję), takich jak: Gerald Ford, Lyndon Johnson, Jimmy Carter, Michael Dukakis czy Robert Dole.

Rozdział 12. ma przybliżyć czytelnikowi niewerbalne wskaźniki oszustwa oraz sposoby jego wykrywania. Autor książki opisuje między innymi niewerbalny profil oszusta, dzieląc go na dwa typy: typ I – oszusta mniejszego kalibru oraz typ II – oszusta cięższego kalibru. Oszuści ponoć często odwracają wzrok, mówią szybko, choć z wydłużonymi przerwami, a ponadto bawią się często przedmiotami znajdującymi się w pobliżu. Ostatni rozdział drugiej części mówi natomiast o zasadach spójnego komunikowania i przyczynach niespójnych przekazów, co jest często przywarą polityków niezbyt dobrze przygotowanych właśnie w zakresie języka niewerbalnego. Bywa jednak, że przekaz staje się „niespójny pozytywnie”, gdy komunikaty niewerbalne mają pozytywne konotacje i redukują tym samym negatywny przekaz werbalny. Jak stwierdza jednak Leathers w podsumowaniu tego rozdziału, posługiwanie się niespójnymi przekazami jest bardzo niekorzystne.

Trzecia część książki, czyli „Skuteczna komunikacja w praktyce”, składa się z sześciu rozdziałów i każdy z nich podpowiada czytelnikowi, jak wykorzystać język niewerbalny do osiągnięcia celów w różnych sytuacjach, także tych codziennych. Mowa jest zatem o niewerbalnych determinantach skutecznych rozmów, interakcji kobieta-mężczyzna, skutecznej komunikacji międzykulturowej, interakcji lekarz-pacjent, komunikacji na sali sądowej oraz o komunikacyjnym wpływie zmiennych mikrośrodowiskowych. Okazuje się zatem, że książka ta może być przydatna dla każdego człowieka, bo przecież każdy komunikuje się niewerbalnie (nawet troglodycy z opuszczonych terenów czy z hiszpańskiego miasteczka Guadix), natomiast dla polityka czy kandydata na polityka przydatność jej jest niepodważalna. Także części trzeciej, bo działając aktywnie w polityce, należy liczyć się, niestety, ze zwielokrotnieniem prawdopodobieństwa udziału w rozprawach sądowych, w interakcjach lekarz-pacjent, a często także w specyficznych interakcjach kobieta-mężczyzna, o czym przekonać mogli się także obserwatorzy polskiej sceny politycznej w ostatnich latach (*vide casus* Anastazji P. czy Anety K. etc.).

Książka napisana jest w sposób przejrzysty, wzbogacona zdjęciami, rysunkami satyrycznymi, tabelami itd., a każdy rozdział kończy się syntetycznym podsumowaniem. Dla każdego może być ona lekturą przyjemną i przydatną, zaś dla polityków powinna być lekturą obowiązkową!