

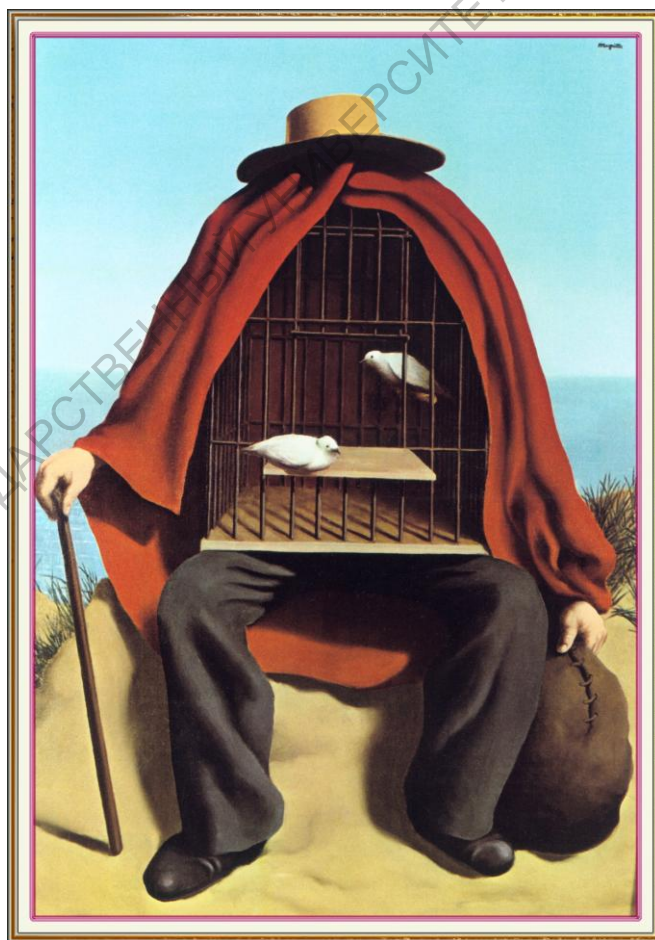
**САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО**

**Факультет психологии
Кафедра психологии личности**

Рягузова Е.В.

Учебное пособие по дисциплине

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБЩЕНИЯ. ЧАСТЬ 1.
ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ**



Саратов
2017

ВВЕДЕНИЕ

Настоящее учебное пособие разработано для студентов факультета психологии, обучающихся по направлению подготовки 37.03.01 «Психология». В нем отражено современное представление о психологии общения и его построение определено стандартом высшего психологического образования.

Целью дисциплины «Теория и практика профессионального общения. Часть 1. Психология общения» является формирование ключевой компетенции профессионального психолога – коммуникативной компетентности, которая предполагает высокий уровень речевого развития, позволяющий личности в процессе общения свободно воспринимать и передавать информацию; умение активного слушания, построение обратной связи; понимание невербального языка общения; способность профессионально оценивать собеседника как личность и выбирать собственную коммуникативную стратегию в зависимости от этой оценки; умение вести себя адекватно ситуации и использовать её специфику для достижения профессиональных целей; вызывать у собеседника положительное восприятие своей личности.

Задачи дисциплины:

- сформировать теоретические представления о коммуникации, ее функциях, уровнях и закономерностях;
- осуществить психологическую рефлексию различных подходов к общению и построить теоретическую модель коммуникации;
- освоить имеющиеся диагностические процедуры;
- проинтерпретировать теоретический аспект искажений и трансформаций в коммуникации;
- проанализировать феномен персонализации среды и найти его прикладные аспекты;
- реконструировать теоретические смыслы эффективной коммуникации;
- способствовать формированию профессиональных навыков анализа "коммуникативных текстов".

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими **компетенциями:**

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способность к выявлению специфики психического функционирования человека с учётом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам (ПК-4);

— способность к психологической диагностике, прогнозированию изменений и динамики уровня развития познавательной и мотивационно-волевой сферы, самосознания, психомоторики, способностей, характера, темперамента, функциональных состояний, личностных черт и акцентуаций в норме и при психических отклонениях с целью гармонизации психического функционирования человека (ПК-5).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- место, роль и значение категории «общение» в системе общепсихологического и социально-психологического знания;
- базовую модель коммуникативного процесса;
- основные уровни, различные виды, инвариантную структуру, доминантные функции и базовые механизмы межличностного общения;
- содержание, специфические особенности и структуру речевой коммуникации;
- структурные компоненты невербальной коммуникации (кинесика, такесика и др.);
- способы структурирования пространства (дистанция, персональное пространство, территориальность, персонализация среды);
- характеристики, критерии и показатели эффективной коммуникации;
- типичные ошибки, барьеры, нарушения и трудности общения, приводящие к неэффективности коммуникации.

Уметь:

- оперативно ориентироваться в сложных коммуникативных ситуациях и эффективно решать коммуникативные задачи;
- конструировать оптимальное коммуникативное пространство;
- интерпретировать язык невербальной коммуникации для получения дополнительной информации при решении различного рода профессиональных задач;
- выстраивать эффективные коммуникации, опираясь на различные коммуникативные техники;
- дифференцировать барьеры, трудности и нарушения общения при профессиональных контактах с другими людьми.

Владеть:

- понятийным аппаратом психологии общения;
- навыками эффективной коммуникации;
- коммуникативными приемами и техниками;
- навыками интерпретационной работы с вербальными сообщениями;
- навыками анализа невербальной информации и особенностей проксемиального поведения.

ОБЩАЯ ЛИТЕРАТУРА ПО КУРСУ

а) основная литература

1. Андриенко Е.В. Социальная психология: учебное пособие для студентов учреждений высшего профессионального образования. Под ред. В.А. Сластенина М: издательский центр «Академия». 2013. 262с.
2. Зарецкая Е.Н. Деловое общение: учебник в 2-х томах. М: Проспект, 2016. 680с.
3. Ильин Е.П. Психология общения. Москва, Санкт-Петербург: Питер, 2012. 576с.
4. Майерс Д. Социальная психология. 7-е изд. СПб: Питер, 2012. 793с
5. Мальханова И.А. Деловое общение. Уроки речевика-имиджмейкера: учебное пособие для вузов. Москва : Проспект, 2016. 172 с

б) дополнительная литература:

1. *Абельс Х.* Интеракция, идентичность, презентация. Введение в интерпретативную социологию. СПб: Алетейя, 2000. С.187-246.
2. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для вузов/Г.М.Андреева.-5-е изд., испр. и доп. М.: Аспект пресс, 2010.-362с.
3. Андреева Г.М. Психология социального познания: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. М., 2005.
4. [Андреева Г. М.](#) Зарубежная социальная психология XX столетия. Теоретические подходы [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Психология" / Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова, Л. А. Петровская. М.: Аспект Пресс, 2002. 286 с.
5. [Белинская Е. П.](#) Тихомандрицкая О. А. Социальная психология личности [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Психология" М: Аспект Пресс, 2001. 299 с.
6. *Бодалев А.А.* Психология общения. М, 2001
7. Гулевич О.А. Психология коммуникации. М, 2007.
8. Социальная психология. Хрестоматия. Сост. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. М: Аспект Пресс, 2008.
9. *Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М.* Межличностное общение. Учебник для вузов. СПб: Питер, 2002
10. *Лабунская В.А.* Экспрессия человека: общение и межличностное познание. Ростов-на-Дону: Феникс, 1999.
11. *Сидоренко Е.В.* Тренинг влияния и противостояния влиянию. СПб.: Речь, 2003.
12. *Сидоренко Е.В.* Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии. СПб.: Речь, 2004.
13. *Юри У., Паттон Б., Фишер Р.* Переговоры без поражения. Гарвардский метод. М, 2013
14. *Чалдини Р.* Психология влияния. СПб.: Питер. 1999.
15. *Шостром Э.* Анти-Карнеги, или человек-манипулятор. М, 1992

ТЕМА 1. Общение как базовая категория в психологии

1. Понятие общения и фундаментальная значимость социальной коммуникации.
2. Многоаспектность рассмотрения общения в современной психологии.
3. Межличностное общение, его критерии и уровни.
4. Качественные (структура, функции, уровни, виды) и количественные характеристики общения.
5. Основные теоретические подходы к исследованию общения.
6. Информационный подход: линейная, циркулярная и спиралевидная модели коммуникации.
7. Современные представления о структуре коммуникативной ситуации
8. Интеракционистский подход: основные положения.
9. Реляционный подход.
10. Семиотический подход.
11. Общение и деятельность.
12. Окно Джохари как модель межличностных коммуникаций и средство самопознания
13. Самовыражение личности в общении: уровни, функции, характеристики.
14. Самораскрытие в межличностном общении: виды, особенности, функции
15. Влияние личности реципиента и отношений с ним на процесс самораскрытия
16. Самопредъявления и стратегии самопрезентации
17. Трудности общения и психологические качества, препятствующие установлению контакта.
18. Нарушения общения.
19. Дефекты общения.

Ключевые понятия: активность, деятельность, взаимодействие (интеракция), коммуникация, социальная коммуникация, межличностное общение, уровни и функции общения, виды межличностного общения, цель, содержание, средства общения, социальная перцепция, понимание, механизмы взаимопонимания, идентификация, рефлексия, эмпатия, аттракция, круг общения, коммуникатор, реципиент, шум, контекст, модель коммуникации, инвариантная структура деятельности, субъект-субъектные отношения, ситуация совместного присутствия. самовыражение, самопредъявление, самораскрытие, самопрезентация, функции самовыражения, виды самораскрытия, функции самораскрытия, тактики и стратегии самопредъявления, трудности, нарушения и дефекты общения.

Основные теоретические аспекты темы

Общение - сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание людьми друг друга.

Коммуникация в широком смысле – опосредованное и целесообразное взаимодействие двух и более субъектов.

Коммуникация в узком смысле – процесс передачи информации.

Социальная коммуникация – движение смыслов в социальном времени и пространстве.

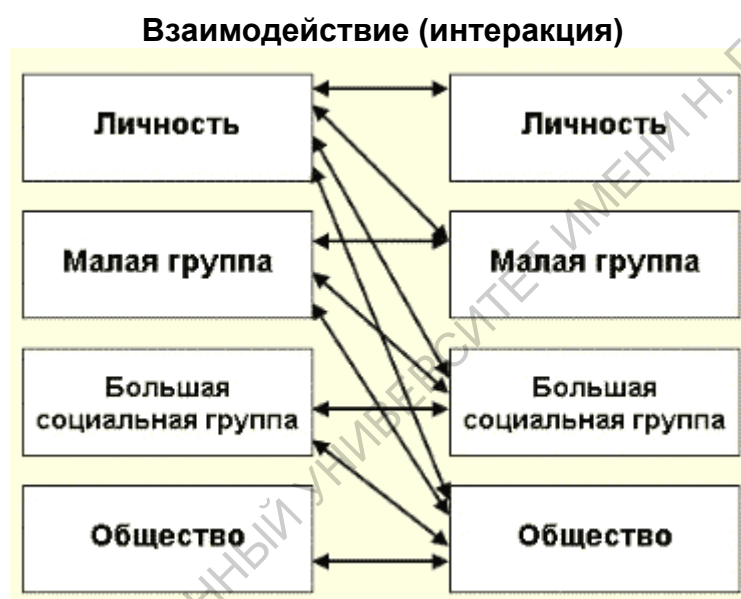


Рис.1. Объекты взаимодействия в социальной психологии

Различные ракурсы рассмотрения общения в психологии:

- общение как потребность личности;
- общение как условие и фактор развития личности;
- общение как обмен информацией между людьми;
- общение как обмен действиями, состояниями и переживаниями;
- общение как процесс восприятия и понимания Другого;
- общение как вид специфической совместной деятельности

Межличностное общение – это вид взаимодействия между людьми, которое удовлетворяет следующим критериям:

1. количественный критерий (участвует небольшое число людей);
2. пространственный критерий (участники находятся в непосредственной пространственной близости, имеют возможность видеть, слышать, касаться друг друга, легко осуществляют обратную связь);

3. личностно-ориентированный критерий (каждый из участников признает незаменимость, уникальность партнера, учитывает особенности его эмоционального состояния, самооценки и личностных свойств).

Виды межличностного общения: критерий – цели и мотивы общения:

- модальное общение, при котором целью общения выступает психологический контакт, психологические взаимоотношения собеседников, а мотивы лежат в пределах самого общения.
- диктальное общение характеризуется иными целями: передача сообщения, побуждение партнера к действию, желание изменить его взгляды, стремление оказать эмоциональную поддержку, мотивы такого общения лежат за пределами самого процесса общения.

Уровни межличностного общения (критерий – характер цели и психологическая дистанция между партнерами):

1. ритуальный (социально-ролевой) - целью общения является выполнение ожидаемой от человека роли, демонстрация знаний норм социальной среды. Общение, как правило, носит анонимный характер независимо от того, происходит оно между незнакомыми, знакомыми или близкими людьми;
2. деловой или манипулятивный - целью общения является организация совместной деятельности, поиск средств повышения эффективности сотрудничества. Партнеры оцениваются, главным образом, в контексте их профессиональных, деловых или функциональных качеств. Общение является психологически отстраненным и доминирует «Я-Вы» контакт;
3. интимно-личный уровень: цель – удовлетворение потребности в понимании, сочувствии, сопереживании. Для общения на этом уровне характерна психологическая близость, эмпатия, доверительность, доминирует «Я-Ты» контакт.

Под функциями общения понимаются те роли и задачи, которое выполняет общение в социальном бытии человека. Б.Ф.Ломов выделяет следующие функции общения:

- информационно-коммуникативная;
- регуляционно-коммуникативная;
- аффективно-коммуникативная.

Более детальная классификация функций общения включает в себя такие **функции** как

- Контактная функция – установление контакта как состояния готовности к приему – передаче сообщений и поддержанию взаимосвязи.
- Информационная функция – обмен сообщениями, мнениями, замыслами, решениями.

- Побудительная функция – стимуляция активности партнера для направления его на выполнение определенных действий.
- Координационная функция – взаимное ориентирование и согласование действий при организации совместных действий.
- Функция понимания - адекватное восприятие и понимание смысла сообщения и взаимное понимание намерений, установок, переживаний и состояний.
- Эмотивная функция – актуализация в партнере нужных эмоциональных переживаний, а также изменение психического состояния с помощью своих переживаний и состояний.
- Функция установления отношений – осознание и фиксация своего места в системе ролевых, статусных, деловых, межличностных и прочих связей.
- Функция оказания влияния – изменение личностно-смысловых образований партнера.

Структура общения представлена 3 взаимосвязанными компонентами (Г.М.Андреева, 1996), которые реализуют когнитивную, эмоциональную и поведенческую стороны отношения человека с другими:

коммуникативный аспект общения или коммуникация в узком смысле слова состоит в обмене информацией между общающимися сторонами.

интерактивный аспект заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами, т.е. в обмене не только знаниями, но и действиями.

перцептивный аспект общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.



Рис.2. Структура общения (по Г.М.Андреевой)

В настоящее время выделяют 4 компонента межличностного общения (Т.В.Черникова, 2005) — креативность, интегрирующим в себе содержание перцептивного, коммуникативного и интерактивного компонентов.

Выделение четвертого компонента, как считает Т.В.Черникова, стало возможным при соотнесении трех выделенных Б. Ф. Ломовым функций общения с назначением различных его сторон, по Б. Г. Ананьеву, который считал, что, наряду с информацией, коммуникацией и саморегуляцией, общение служит цели «преобразования внутреннего мира самой личности», создающей универсальный способ совладания с жизненными проблемами — действенно-преобразующее творческое знание. Другими характеристиками креативного компонента общения, по мнению Черниковой, являются с содержательной стороны — целостное переосмысление и преобразование человеком жизни, с функциональной — нестандартные действия, соответствующие потребности человека в поиске нового знания, опыта переживания и поведения. Изложенная структура межличностного общения представлена в табл.№1.

Табл. №1.

Структура и характеристика компонентов общения

компонент	назначение	функция	содержание
перцептивный	получение информации о людях и м\л отношениях	информационно-коммуникативная	эффекты, явления и механизмы восприятия и понимания людьми друг друга
коммуникативный	осуществление передачи и приёма информации	аффективно-коммуникативная	процессы передачи и приёма рациональной и эмоциональной информации, вербальные и невербальные средства коммуникации
интерактивный	регуляция и саморегуляция поступков человека в процессе общения	регуляторно-коммуникативная	корректировка действий по осуществлению совместной деятельности
креативный	преобразование внутреннего мира самой личности	интегративная (целостное переосмысление)	Выработка решений, дающих возможность себе и другому устанавливать и поддерживать конструктивные формы связи с окружением и своим внутренним миром

В общении выделяют, прежде всего, содержание, цель и средства.

Содержание – это информация, которая передается от одного человека другому. Содержанием общения могут быть сведения о внутреннем мотивационном или эмоциональном состоянии, о наличных потребностях человека; это могут быть знания, опыт, умения.

Цель общения – это ради чего у человека возникает данный вид активности. Целью общения может быть побуждение к определенным действиям, предупреждение о необходимости воздержания от какого-то действия, передача и получения объективных знаний, обучение и воспитание, согласование действий, установление взаимоотношений и т.п.

Средства общения - способы кодирования, передачи, переработки и расшифровки информации, передаваемой в процессе общения. По средствам общение может быть непосредственным и опосредованным, прямым и косвенным, вербальным и невербальным.

Понимание (взаимопонимание) – это определенная форма воспроизведения объекта в сознании, возникающая у субъекта в процессе взаимодействия с познаваемой реальностью (В. В. Знаков, 1994).

Идентификация – процесс отождествления индивидом себя с другим человеком, группой, коллективом, который помогает ему успешно овладевать различными видами социальной деятельности, усваивать и преобразовывать нормы и ценности, перенимать социальные роли.

Рефлексия – это осмысление индивидом того, как он воспринимается и понимается партнером по общению. В ходе взаимного отражения участников общения рефлексия является своеобразной обратной связью, способствующей формированию стратегии поведения субъектов общения и коррекции их понимания особенностей внутреннего мира друг друга.

Эмпатия – процесс, связанный с переживанием человеком того, что переживает другой, и при этом с сохранением своего «Я». Являясь внутриспсихическим процессом, эмпатия позволяет понять опыт Другого. В основе эмпатии лежит восприятие событий глазами Другого и их соотнесение с собственными воспоминаниями и представлениями.

Аттракция – это формирование эмоционально-оценочных представлений друг о друге, о своих межличностных взаимоотношениях (как положительных, так и отрицательных), это особый вид социальной установки на другого человека, в которой *преобладает эмоциональный компонент*, когда этот «другой» оценивается преимущественно в категориях, свойственных аффективным оценкам.

Круг общения – это количественная характеристика, обозначающая количество людей, общение с которыми осуществляется на том или ином уровне.

Созвездие значимых = 2x9

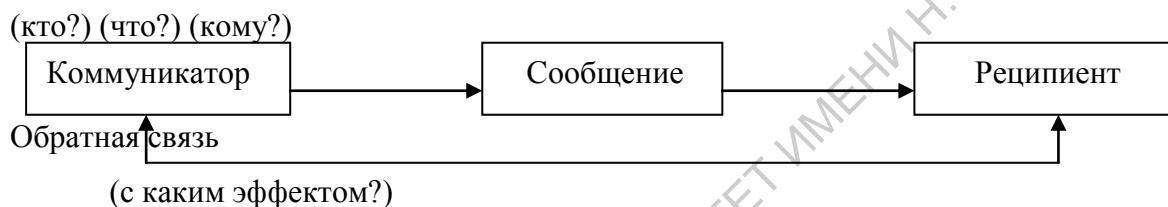
Теоретические основания информационного подхода базируются на трех основных положениях:

- содержание информации может преобразовываться в различные символы;
- человек (его тело, глаза, лицо, руки, поза) образует своеобразный экран, на котором «проявляется» передаваемая информация после ее восприятия и переработки;
- принятие аристотелевской и ньютоновской картины мира: существует нейтральное пространство, в котором взаимодействуют дискретные организмы и объекты ограниченного объема.

Коммуникатор (отправитель) - участник коммуникативного процесса, который передает информацию.

Реципиент (получатель) – участник коммуникативного процесса, принимающий сообщение.

Модель коммуникации – схема, представляющая процесс коммуникации.



Линейная модель (Лассуэлл, Шеннон-Уивер): коммуникация трактуется как процесс убеждения и описывается как линейный односторонний процесс.

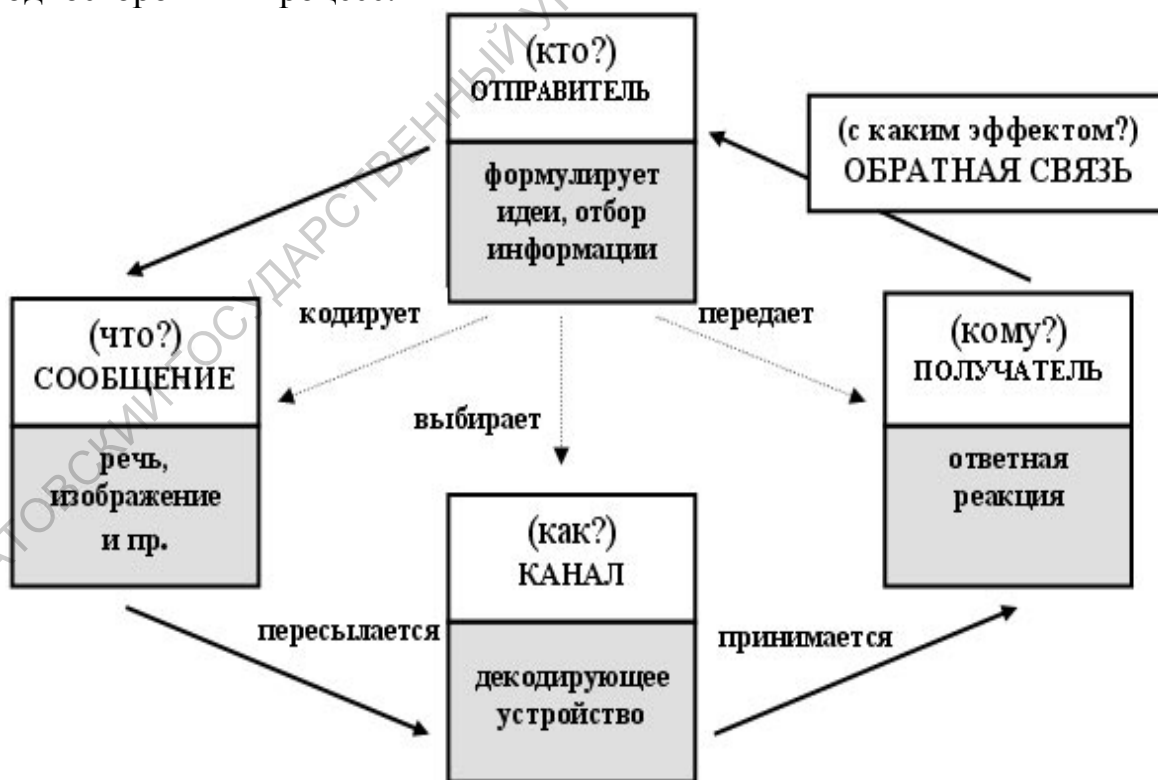


Рис.3. Базовая модель Лассуэлла

Циркулярная модель (ДеФлюер, Осгуд-Шрамм): коммуникация имеет циркулярный характер, и основными задачами коммуникаторов являются кодирование, декодирование и интерпретация сообщения.



Рис.4. Модель Осгуда-Шрамма

Спиралевидная модель (Дэнс): коммуникация имеет динамическую природу, и человек в процессе коммуникации является активным, творческим, способным хранить информацию индивидом.

Структура коммуникативной ситуации



Рис.5. Структура коммуникативной ситуации

Коммуникативное поле включает:

- **Экологические факторы** (шум, температура, территория, дистанция)
- **Нормы коммуникации - правило коммуникации, соблюдение которого ожидают участники** (начало, обращение, тема, прощание)
- **Скрипт коммуникации – обыденное представление о последовательности действий в определенной коммуникативной ситуации** (врач, лекция, храм, концерт)

Коммуникативные барьеры:

- **Физические барьеры** (шум, помехи)
- **Фонетические барьеры - особенности речи и невербального поведения коммуникатора** (акцент, дикция, заикание, особенности мимики)
- **Психологические барьеры – особенности коммуникатора, препятствующие передаче и пониманию сообщения** (некоторые личностные черты- застенчивость, интроверсия), **ценности и атитюды** (недоверие); **отсутствие мотивации, эмоциональное состояние**
- **Семантические барьеры связаны с понятиями, которые используют в коммуникации** (иностранный язык, слэнг, абстрактные понятия, полисемия, синонимия, идиоматические выражения)
- **Социальные связаны с принадлежностью коммуникатора и реципиента к определенным социальным группам**

В контексте интеракционистского подхода общение рассматривается как ситуация взаимного присутствия, которая взаимно устанавливается и поддерживается людьми при помощи различных форм поведения и внешних атрибутов.

Теоретические основания интеракционистского подхода:

- ориентация на многоаспектность анализа человеческого поведения во множестве жизненных условий и обстоятельств (в различных социальных контекстах);
- поведение является не столько функцией внутренних побуждений индивида, его мотивационных или личностных факторов, сколько функцией самой ситуации взаимодействия и социальных взаимоотношений (позиция ситуационного подхода в социальной психологии);
- само взаимодействие (интеракция) включает обмен сообщениями;
- положения общей теории систем, вводящей в исследовательский инструментарий и концептуальный аппарат такие фундаментальные понятия как «система», «динамическое равновесие», «саморегуляция» и «программа».

Основные исследования в рамках этого подхода были выполнены И. Гофманом. Гофман предлагает рассматривать реальное поведение людей как актерскую игру, при этом, описывая поведение людей, он использует своеобразную театральную лексику, говоря о ролях, партиях, декорациях, кулисах, переднем фронте исполнения, сценариях. Исходный принцип его анализа заключается в следующем: поступки человека, да и сама его личность определяются ситуацией, социальной игрой, которую он ведет вместе с другими. То, как мы воспринимаем самих себя, по Гофману, определяет не наш характер, не внутренний мотивационный профиль или другие интраперсональные качества, а наши действия и реакции «Другого» на эти действия.

В рамках интеракционистского подхода был разработан ряд теоретических моделей, пытающихся объяснить главный вопрос — какими способами/путями структурируются и управляются ситуации социального присутствия при помощи средств поведения.

Условно можно выделить пять наиболее важных моделей.

Лингвистическая модель, предложенная в начале 60-х годов (Р. Бёдвистел, 1970) для невербального общения. Одно из основных положений модели — несмотря на многообразие взаимодействий, все они образуются и комбинируются из одного и того же ограниченного репертуара или набора, состоящего из 50-60 элементарных движений и поз тела человека. Делается предположение, что следующие друг за другом поведенческие акты, сформированные из элементарных единиц, организуются таким образом, каким организуется последовательность звуков как элементарных единиц языка в словах, предложениях и фразах.

Модель социального навыка (М. Аргайл, А. Кендон, 1967). Эта модель опирается на положение о том, что межличностные трансакции (коммуникационные акты), подобно другим видам социальных умений и навыков (например, вождение автомобиля, танцы, игра в карты и т. п.), иерархично организуются и формируются посредством серии простых, целенаправленных, но часто пробных и допускающих двойное толкование шагов, т. е. высказывается идея научения общению в самом общении.

Равновесная модель (М. Аргайл, Дж. Дин, 1965). Модель опирается на положение о том, что взаимодействующие участники всегда стремятся поддержать определенный общий баланс различных форм своего поведения в связи с присутствием и активностью других лиц в ситуации. Т. е. любое изменение в использовании поведения типа X обычно всегда компенсируется соответствующими изменениями в использовании поведения типа Y и наоборот (например, диалог—монолог, сочетание вопросов и ответов).

Программная модель социального взаимодействия (А. Шефлен, 1968). В этой модели постулируется, что общая структура межличностной встречи или ситуации взаимодействия (и синхронная, и диахронная) порождается благодаря действию, по крайней мере, трех видов программ: первый вид программы имеет дело с простой координацией движений;

второй — контролирует изменение видов активности индивидов в ситуации, когда возникают помехи или неопределенности; третья программа модифицирует сами процедуры изменений, то есть управляет комплексной задачей метаобщения.

Эти программы интернализуются или усваиваются индивидами по мере научения функционированию в качестве полноценных членов конкретной группы, сообщества и культуры; а также позволяют организовывать разнородный поведенческий материал в осмысленные и подходящие взаимообмены. Именно содержательный контекст конкретной ситуации, конкретная задача и конкретная социальная организация «запускают» действие конкретной программы.

Системная модель (А. Кендон, 1977) рассматривает взаимодействие как конфигурацию систем поведения, каждая из которых управляет отдельным аспектом межличностной трансакции. До настоящего времени идентифицированы и проанализированы две такие системы; первая — это система поведения, управляющая обменом речевых высказываний; вторая — это система поведения, управляющая главным образом использованием пространства и территории взаимодействия.

Социально-психологические постулаты

Теорема Томаса: «Если ситуация определена как реальная, она реальна по своим последствиям».

Теорема Гофмана: «Попробуйте определить ситуацию неверно и она определит вас»

Семиотический подход (Модель Р.О.Якобсона)

Ключевые понятия: знаки, символы, адресант, код, референт, адресат

Речевое действие может выполнять ряд функций. Если понять, что делает говорящий посредством речи, можно предположить, зачем он это делает, т.е. определить основную функцию его высказывания. Для этого необходимо ответить на ряд вопросов:

1) как ведет себя говорящий (*серьезен, шутит, высокомерен, холоден*, и пр.). Именно эта характеристика речевого поведения может быть важна всем участникам коммуникации, вызывать протест адресата («*Не дерзи!*», «*Не хвастайся!*») или удовольствие, понимание и т.п.;

2) что за действие он совершает по отношению к собеседнику (*спрашивает, приказывает, просит, разрешает, запрещает, советует, приветствует, благодарит, дразнит, хвалит, любопытствует, любезничает, резонерствует, хвастается, жалуется, хамит, восторгается, негодует, брюзжит обижается* и пр.), побуждая того к невербальной реакции;

3) что он высказывает по поводу предмета сообщения, как он трактует обсуждаемый факт (*утверждает, выясняет, отрицает,*

предполагает, подвергает сомнению, выражает его желательность или необходимость и пр.).

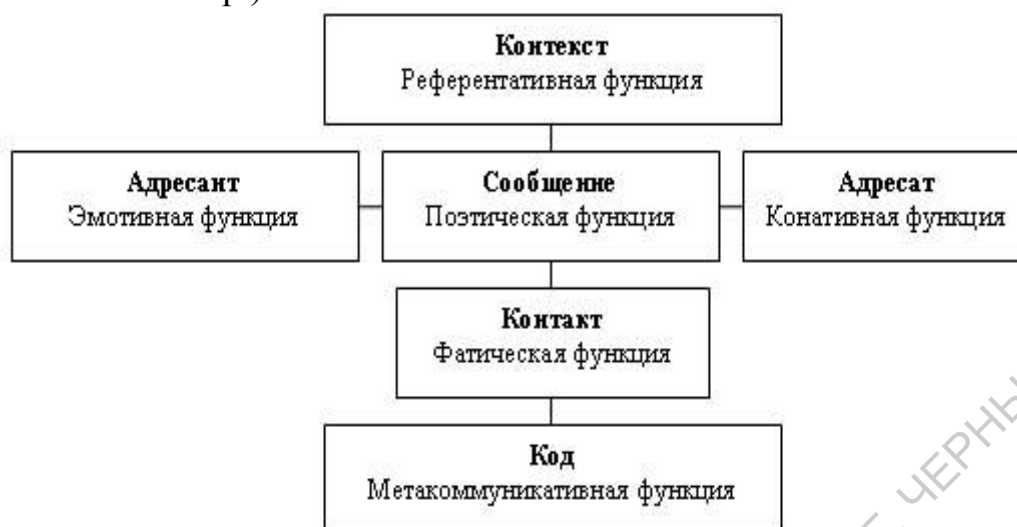


Рис.6. Модель коммуникации Р.О.Якобсона

Коммуникативное событие и модель коммуникации по Р.О.Якобсону:

- адресант – лицо, которое инициирует общение;
- адресат – лицо или группа лиц, на которое направлено сообщение;
- контакт – вся совокупность межличностных отношений, сопровождающих данный коммуникативный акт;
- референт (контекст) – содержание, смысловая сторона общения
- код – форма подачи содержания

Реляционный (системный) подход опирается на следующие положения

- социальный контекст и человеческая среда не образуют условия и обстоятельства, в которых преобразуется информация и происходит межличностное взаимодействие, а являются самим общением как таковым и понимаются как системы взаимоотношений;
- любое изменение какой-либо части этой системы, вызывающее изменение других частей, называется «информацией»;
- согласно этому подходу, нельзя сказать, что люди, животные или другие организмы вступают в общение (информационный подход) или участвуют в нем (интеракционный подход), поскольку они уже являются неотъемлемой частью этого процесса независимо от того, хотят они этого или нет, частью как локальной, так и глобальной экосистемы взаимоотношений. Они включаются в эту систему с момента рождения и не покидают до момента смерти.

В контексте **деятельностной парадигмы**, доминирующей до недавнего времени в психологии, общение рассматривалось как один из основных видов деятельности, наряду с игрой, учением и трудом. Если

деятельность понимать достаточно широко как активность, то общение – это, действительно, деятельность. Если под деятельностью понимать реальную связь субъекта с объектом, в которую необходимым образом включена психика (А.Н.Леонтьев), то общение вряд ли можно считать деятельностью.

Окно Джохари как модель межличностных коммуникаций и средство самопознания

Окно Джохари (модель предложили американские психологи Джозеф Лафт и Хари Ингэм, по первым буквам их имен была названа сама модель) хорошо иллюстрирует и объясняет процессы, происходящие между отдельным индивидом и группой. Модель Джохари иногда так же называют модель раскрытия/обратной связи /самосознания. Она показывает, насколько личность хорошо знает себя, а также как к ней относятся окружающие, и позволяет понять: как люди выстраивают контакт с самими собой и с другими; как люди представляют себе себя и других; как люди воспринимают свое место в мире.

«Окно» представляет собой символическое изображение личности человека. Визуально - это квадрат, разделённый на четыре части, каждая из которых — часть информации о человеке, передаваемая во время общения.

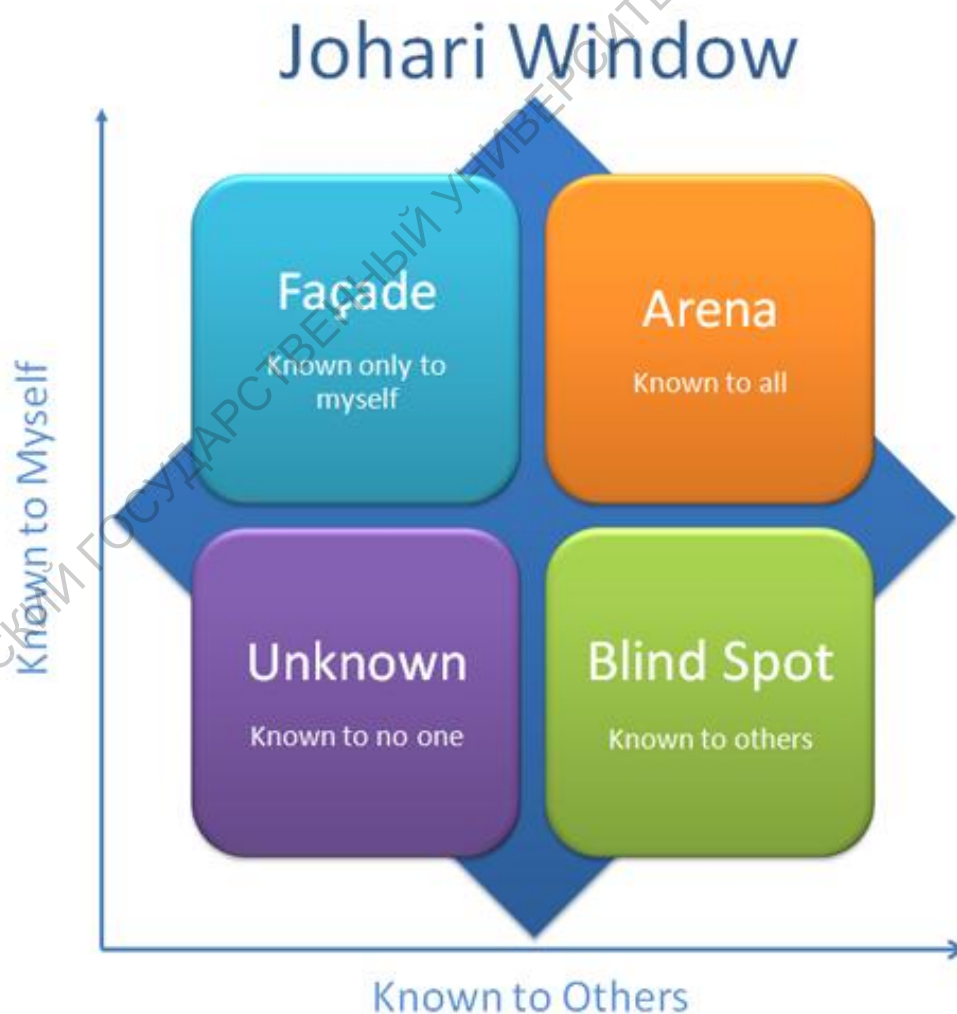


Рис.7. Модель «Окно Джохари»

<p>1. Открытое "Я". Человек знает о себе. О человеке знают другие</p>	<p>2. Слепое "Я". Человек не знает о себе. О человеке знают другие</p>
<p>3. Скрытое "Я". Человек знает о себе. О человеке не знают другие</p>	<p>4. Неизвестное. "Я". Человек не знает о себе. О человеке не знают другие</p>

Открытое Я - Содержит информацию о личности, известную как ей самой, так и другим. Когда люди обмениваются информацией и понимают друг друга, их взаимоотношения улучшаются. Чем больше площадь этого квадрата, тем больше информации о личности известно, тем эффективнее и продуктивнее будут межличностные отношения (имя, цвет волос, пол).

Слепое пятно - Включает информацию, известную другим, но неизвестную самой личности (чувства Другого в отношении личности, манеры личности, привычка перебивать других на полуслове и др.) Это своеобразная «утечка», когда чувства и качества становятся заметными для окружающих. Чем больше площадь этого квадрата, тем личности сложнее достигнуть взаимопонимания с Другими

Скрытое Я - Включает информацию о себе, т.е. известную самой личности, но неизвестную другим (секреты, предпочтения, надежды, страхи, мысли, чувства). Это затрудняет общение, поскольку дает односторонние преимущества личности, позволяет скрыть негативную информацию от окружающих. Есть информация, которой люди не спешат обмениваться просто потому, что не считают ее важной, Но гораздо чаще информация не распространяется из-за желания получить таким образом влияние или приобрести контроль над ситуацией.

Неизвестное Я - "Неизвестное" - содержит информацию, не известную ни личности, ни окружающим (подавленные чувства и импульсы, тайные таланты, умения и нереализованные потенциалы).

Именно за счет сокращения его площади при желании можно повысить эффективность коммуникаций.

Различают три области бессознательного «я»:

1) подавленные знания или чувства, основанные на психологической защите,

2) молчаливое знание, области бессознательного, которые легко открываются, как только мы освещаем их (например, культурные представления, на основании которых мы действуем),

3) скрытые потенции, области знания, умений и чувств, которые находятся в латентном состоянии, поскольку они никогда не требовались и не проявлялись. Наличие этой области проявляется при чрезвычайных эмоциональных обстоятельствах или в процессе творчества.

Все зоны взаимосвязаны: изменения в одной вызывают изменения в другой. Авторы считают, что увеличение открытой зоны, т.е. не только самопознание, но и в определенной степени раскрытие себя перед другими, наиболее желательная стратегия в межличностном общении. Лучшее знание себя в отношении с другими приводит к росту самоуважения и самопринятия. Расширение «Открытого «Я» может эффективно осуществляться за счет обратной связи при взаимодействии с другими людьми. Человек должен научиться получать эту обратную связь и использовать ее для самоанализа



Рис.8. Иллюстрация межличностного взаимодействия с помощью модели «Окно Джохари»

Самовыражение личности в общении – совокупность вербальных и невербальных поведенческих актов, которые человек использует для передачи информации о себе другим лицам и создания определенного образа себя.

Самовыражение включает в себя: самораскрытие как процесс сообщения информации о себе другим людям и самопрезентацию как процесс целенаправленного создания определенного впечатления о себе в глазах окружающих.

Уровни самовыражения (критерий: осознанность, целенаправленность, соответствие экспрессивного поведения личности и ее внутреннего содержания):

- ✓ Непроизвольное невербальное самовыражение.
- ✓ Произвольное самовыражение с помощью невербальных средств.
- ✓ Произвольное речевое и/или невербальное самовыражение, соответствующее внутреннему состоянию личности;
- ✓ Произвольное речевое и/или невербальное самовыражение, направленное на формирование желаемого представления о своей личности

Функции самовыражения:

1. **Экзистенциальная** – состоит в том, что, посылая информацию о своей личности, человек утверждает факт своего существования и претендует на то, чтобы окружающие включали его в социальное взаимодействие.
2. **Адаптивная функция** проявляется в том, что самовыражение, в первую очередь, направлено на включение конкретного человека в сложную социальную систему, поскольку человек действует как исполнитель большого числа социальных ролей, которые ему предоставляет общество.
3. **Коммуникативная функция** является генетически исходной, поскольку вся информация, посылаемая личностью, адресована другим людям, без аудитории она лишена всякого смысла.
4. **Идентификационная функция** состоит в том, что самовыражение личности направлено на отражение ее принадлежности к определенным социальным группам или к психологическим типам. Это позволяет аудитории сразу опознавать личность как представителя некоторой социальной общности.
5. **Функция регуляции межличностных отношений** основана на том, что количество посылаемой информации, ее содержание, периодичность, взаимность, приводит к определенному характеру межличностных отношений. Люди выстраивают свои отношения, пользуясь самовыражением для достижения определенной дистанции, позиции и знака отношений.
6. **Преобразовательная функция** состоит в том, что самовыражение одной личности вызывает определенные изменения в тех людях, которые стали адресатами полученной информации. В них могут произойти изменения с разным знаком (социально желательные или негативные), разные по величине (чужой пример может даже стать толчком к смене стиля жизни), самовыражение может затронуть разное число людей (поклонников или противников такого стиля презентации себя). Все это будет зависеть от масштаба личности и степени новизны ее вклада в разработку традиции самовыражения.
7. **Функция саморегуляции** обусловлена тем, что самовыражение служит средством согласования Я-концепции личности и ее поведения. Самовыражение способствует также снятию эмоционального напряжения и разрядке.

8. **Функция самовоплощения** связана с тем, что, выражая себя в общении с другими людьми, человек создает в их сознании образ себя, который существует независимо от его земного существования. Пользуясь опосредованными формами самовыражения (письменные тексты, портреты, фотографии, аудио и видеоматериалы) человек увековечивает себя, как представителя определенной эпохи и географической среды.



Основные характеристики, которые важны для описания индивидуальной стратегии самовыражения личности в общении:

1. Степень осознанности и целенаправленности посылаемой информации о себе.

Люди очень существенно различаются по способности к управлению процессом формирования впечатления о себе у окружающих. В западной психологии процесс контроля над собственным производимым впечатлением получил название самомониторинга.

М.Снайдер выявил, что люди, склонные к самомониторингу, больше следуют социальным нормам, лучше контролируют свое самовыражение, больше подражают окружающим, более демонстративны и конформны

2. Естественность или искусственность создаваемого образа

Каждый человек пользуется всей палитрой возможностей самораскрытия и самопредъявления в зависимости от требований ситуации и собственных мотивов, однако, соотношение правдивой и искаженной информации, а также границы допустимой лжи у каждой личности свои.

3. Активность самовыражения личности в общении

В самопредъявлении активность проявляется в стремлении личности быть в центре внимания окружающих, демонстративности поведения, использовании стратегий самопродвижения. Как правило, активность самовыражения более характерна для лиц, стремящихся к лидерству, общественному признанию, развитию своей профессиональной карьеры.

4. Широта самовыражения личности

Определяется по количеству сфер общения, на которые распространяется трансляция личностью своих характеристик (семейно-родственная, деловая и дружеская сферы общения). Через сферы контактного общения человек выходит на более широкие социальные общности, в которых он также может себя презентировать. К ним относятся профессиональные, национальные, религиозные, партийные, клубные и прочие социальные группы. Следующий уровень презентации связан с государственным уровнем, а еще более высокий уровень – с международным влиянием. Широта самовыражения определяется масштабом личности, ее возможностью оказывать влияние на события разного социального уровня.

5. Вариативность презентуемых образов

Необходимость выглядеть и действовать по-разному связана, во-первых, с большим количеством ролей, которые исполняет человек, во-вторых, с изменчивостью ситуаций, в которых протекает его общение. В соответствии с этими двумя факторами можно условно выделить кросс-партнерскую вариативность самопрезентации, которая означает, что человек меняет стратегию своего поведения в зависимости от партнера, с которым он общается, и кросс-ситуативную вариативность, которая связана с изменением поведения в зависимости от требований ситуации.

Психологи по-разному оценивают склонность личности к вариативности своего поведения. М.Снайдер расценивает ее как свидетельство стремления управлять впечатлением, производимым на окружающих, другие рассматривают ее как проявление социальной компетентности. Существуют большие различия между людьми в способности менять свой имидж и манеру поведения.

6. Нормативность самовыражения личности

Каждая социальная роль содержит предписания относительно ее исполнения, которые существуют в виде традиции в культуре, к которой сам человек себя относит. В прошлом эти предписания были очень жесткими, и человек, отходивший от традиционного поведения в рамках социальной роли, жестоко наказывался, вплоть до изгнания из общества. Современный мир предоставляет человеку широкие возможности для выбора, как самих ролей, так и вариантов их исполнения с опорой на разные культурные традиции.

7. Креативность самовыражения личности

Каждый человек имеет возможность взять готовый образ для исполнения социальной роли или привести в ее исполнение новые аспекты, основанные на личном опыте. Креативные люди создают новые возможности выражения себя через одежду, речь, используемые стратегии самопрезентации, которые затем становятся всеобщим достоянием.



Самораскрытие – процесс сообщения информации о себе другим людям; сознательное и добровольное открытие другому своего Я (Джурард). Содержанием самораскрытия могут служить мысли, чувства человека, факты его биографии, текущие жизненные проблемы, отношения с окружающими людьми, впечатления от произведений искусства, жизненные принципы и многое другое. **Самораскрытие** представляет собой сложный и многоплановый процесс выражения личности в общении, чувствительный ко многим факторам индивидуально-личностным, социально-демографическим и ситуативным.

Табл.№8.

Виды самораскрытия

Критерий	Вид
Источник инициативы	Добровольное и вынужденное
Вид контакта	Непосредственное и опосредованное
Мишень самораскрытия	Одному человеку или группе
Дистантность	Личностное и ролевое
Преднамеренность	Непреднамеренное и подготовленное
Степень искренности	Истинное и псевдораскрытие
Глубина	Глубокое или поверхностное
Широта	Тематическое или разноплановое
Избирательность	Гибкое или ригидное
Дифференцированность	
Эмоциональность	Аффективное или нейтральное

Функции самораскрытия:

- Самораскрытие способствует психическому здоровью личности коммуникатора.
- Самораскрытие развивает личность, т.к. содействует самопознанию и самоопределению.
- Самораскрытие является средством саморегуляции личности благодаря механизму эмоциональной разрядки, уяснению проблемной ситуации через ее вербальный анализ, получению

эмоциональной поддержки от собеседника. Последнее существенно снижает психическое напряжение человека и является главной целью исповедальных форм самораскрытия.

Внешние и внутренние факторы, влияющие на самораскрытие

- временной фактор
- характер отношений
- поведение реципиента
- пол собеседника

Самопредъявление или самопрезентация (англ. self-presentation)

- самовыражение в процессе общения, направленное на создание определенного впечатления о себе у аудитории, в качестве которой может выступать как отдельный человек, так и группа людей.

Стратегии самопредъявления – совокупность поведенческих актов личности, разделенных во времени и пространстве и направленных на создание определенного образа в глазах окружающих

Тактика самопредъявления – определенный прием, с помощью которого реализуется выбранная тактика, направлена на создание впе

Табл. 9

Классификация стратегий самопредъявления Э.Джонса и Т.Питтмана (критерий цель и тактики)

Тактика	Описание	Визуализация
Стремление понравиться инграция	Совокупность способов, приемов и тактик воздействия на другого человека с целью создания у него благоприятного впечатления и позитивного отношения к инграциатору. Стратегия рассчитана на власть обаяния . Основная тактика: соглашаться, льстить, угождать, предъявлять социально-желательные качества.	

<p>Самопродвижение</p>	<p>Демонстрация компетентности, которая предоставляет власть эксперта. Цель – казаться компетентным, основная тактика - доказательство своего превосходства и хвастовство</p>	
<p>Примерность</p>	<p>Стремление служить образцом для других, что дает власть наставника. Основная тактика – демонстрация духовного превосходства, сочетается со стремлением обсуждать и осуждать других людей</p>	
<p>Запугивание</p>	<p>Демонстрация силы, которая заставляет окружающих подчиняться и дает власть страха. Основная тактика состоит в угрозе. Цель – казаться опасным.</p>	
<p>Демонстрация слабости или мольба</p>	<p>Обязывает окружающих оказывать помощь, что дает власть сострадания. Основная тактика – просить о помощи, умолять. Цель – казаться слабым</p>	

Классификация стратегий самопрезентации Р.Баумайстера
(критерии: способ самопрезентации, характер награды)

Стратегии самопрезентации	Описание
Ублажающая	направлена на то, чтобы выставить себя в выгодном свете, управляется внешними критериями (подстройка под аудиторию) и достигает внешней награды – одобрения;
Самоконструирующая	критерии и награды внутри самого человека, человек поддерживает и укрепляет свое «идеальное Я», которое и производит впечатление на окружающих

Д.Тедески и Линдсколд выделяют **утверждающую стратегию**, которая предполагает поведение, направленное на создание позитивной идентичности в глазах окружающих; и **оборонительную стратегию**, ориентированную на восстановление позитивной идентичности и устранение негативного образа

А.Шутц на основании следующих критериев: установка на создание позитивного образа или избегание плохого образа, степень активности субъекта в создании образа и степень проявления агрессивности субъекта в процессе самопрезентации предлагает следующие виды тактик и стратегий самопрезентации

Табл. 11.

Стратегии и тактики самопредъявления (А.Шутц)

Стратегия	Тактики
Позитивное самопредъявление Девиз «Я хороший». Содержит активные, но не агрессивные действия по созданию позитивного образа. К этой группе относятся стратегии стремление нравиться, самопродвижение, служение примером.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ассоциировании себя с известными и уважаемыми людьми; ✓ ассоциирование себя с важными и позитивными событиями; усиление значимости и важности тех событий, в которых человек участвовал, и тех людей, с которыми ему довелось общаться; демонстрация влияния; демонстрация идентификации с аудиторией
Наступательное самопредъявление агрессивный способ создания желаемого образа, все тактики	<ul style="list-style-type: none"> ✓ подрыв оппозиции ✓ критическая установка в оценке любых явлений действительности

<p>которого направлены на критику конкурента</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ критика в адрес тех, кто критикует его. ✓ изменение темы дискуссии в выигрышную для себя сторону
<p>Предохранительное самопредъявление. Человек избегает возможности дать о себе негативное впечатление путем ухода от взаимодействия с другими людьми</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ избегание публичного внимания; ✓ минимальное самораскрытие; ✓ осмотрительное самописание (человек не рассказывает ни про недостатки, ни про достоинства); ✓ минимизация социального взаимодействия.
<p>Оборонительное самопредъявление Субъект ведет себя активно в создании образа, но имеет установку на избегание негативного образа</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ отрицание события; ✓ изменение интерпретации события с целью снижения негативности его оценки; ✓ диссоциация (снижение степени участия); ✓ оправдание (аргументы в свою пользу); ✓ извинения (отсутствие контроля над ситуацией); ✓ признание вины.

Тактика выученной беспомощности состоит в том, что человек умышленно изображает неспособность к требуемым от него действиям или поступкам в расчете на то, что окружающие люди ему помогут (М.Селигман)

Внутренняя картина:

установки: «это в принципе возможно, даже для любого другого возможно - но не для меня»; "мои успехи из-за вас, мои неудачи - из-за меня "

Субъективные причины:

выученная беспомощность чаще возникает у лиц, склонных к позиции жертвы.

Трудности общения – двустороннее осложнение общения и отношений, психологическая сторона которого обусловлена такими личностными свойствами общающихся как эгоизм, подозрительность, авторитарность, неискренность, высокая тревожность, нетерпеливость, застенчивость, агрессивность.

Субъект затрудненного общения:

- 1) не способен адаптировать свое поведение к требованиям ситуации общения и особенностям партнера по общению:
- 2) отличается недифференцированностью оценок себя и других, стереотипизацией восприятия окружающих;

- 3) его когнитивная простота обуславливает искажения в формировании представлений о личности другого;
- 4) имеет несбалансированную аффективно-когнитивную сферу.

В.А. Лабунская (1996) выделила пять факторов затрудненного общения: экспрессивно-речевой, социально-перцептивный, отношение-обращение, навыки взаимодействия и условия общения. Каждый фактор представляет собой группу характеристик личности, как субъекта общения, оценивая которые необходимо совмещать «поле» трудностей обоим партнерам. По мнению исследователя, экспрессивные и речевые компоненты поведения партнеров, выступая в качестве совокупности действий, которые рассматриваются партнерами как показатели их отношений друг к другу, состояний, переживаемых в момент общения, статусных позиций, качеств личности (скромности, агрессивности, застенчивости), могут являться внешним, объективным фактором возникновения затруднений в общении. При этом невербальные компоненты как динамической, так и статической структуры личности, с точки зрения В.А. Лабунской, выступают в роли объективных факторов затрудненного общения не потому, что они внешне представлены, а потому, что они и есть часть личностных образований, форма их существования. Попытки воздействовать только на невербальные компоненты личностных образований, статусно-ролевых характеристик личности, системы ее отношений с целью перевести общение из разряда затрудненного в разряд оптимального обречены на провал.

Застенчивость – специфическое свойство личности, которое проявляется через состояние нервно-психического напряжения и психологического дискомфорта, возникающее только в определенных ситуациях межличностного неформального общения.

Межличностное одиночество – переживание, вызывающее комплексное и острое чувство, которое выражает определенную форму самосознания и связано с неудовлетворенностью сложившимися отношениями.

Аутистичность – свойство личности, проявляющееся в необщительности, стремление уйти от контактов, жить в своем собственном мире.

Отчужденность – проявляется как чувство бессилия перед повседневными проблемами, разрыв с ближайшим окружением, выпадение из социального контекста; сопровождается отказом от дружеского и товарищеского общения, недоверием к искренности и бескорыстности других людей.

Дефекты общения – помехи, создаваемые человеком, обладающим определенными личностными свойствами; они выражаются в свернутости контактов и содержательной стороны общения, непреднамеренном искажении истинных мотивов собеседника, снижении успешности общения и удовлетворенности общением со стороны партнера.

Нарушение межличностного общения связано с невозможностью организовать адекватную коммуникацию.

Аутизм – нарушение развития, связанное со снижением способности к установлению эмоционального контакта и коммуникации

Аутизм – нарушение психического развития, сопровождающееся дефицитом социальных взаимодействий, затруднением взаимного контакта при общении с другими людьми, повторяющимися действиями и ограничением интересов

Аутизм – заболевание невыясненной природы с характерными симптомами. Во время исследования «людей дождя», как часто называют аутистов, учёные обнаружили, что пациенты не страдают от своего состояния. Малыши и подростки, погруженные в свой мир, чувствуют себя вполне счастливыми, пока кто-то не нарушает их комфортную среду.

Аутизм может проявляться в следующих формах:

- 1) как полная отрешенность от происходящего;
- 2) как активное отвержение;
- 3) как захваченность аутистическими интересами
- 4) как чрезвычайная трудность организации общения и взаимодействия.



Вопросы для самопроверки:

1. Какое взаимодействие между людьми может рассматриваться как межличностное общение?
2. Назовите функции и стороны общения и установите связь между ними?
3. В чем сущность креативного компонента в структуре межличностного общения?
4. Какие существуют количественные характеристики общения?
5. С точки зрения средств общения какие виды межличностного общения Вы знаете?
6. Какова роль рефлексии и эмпатии в межличностном общении?
7. Что такое аттракция, и какие устойчивые формы аттракции Вы знаете?
8. Охарактеризуйте уровни межличностного общения и приведите примеры общения на каждом уровне.
9. Как соотносятся между собой понятия «общение» и «коммуникация»?
10. Назовите основное отличие информационного подхода к исследованию общения от интеракционистского.
11. Какие модели коммуникации репрезентируют информационный подход? Что их отличает от базовой модели Лассуэлла?
12. Каковы современные представления о структуре коммуникативной ситуации?

13. Какие существуют ограничения при рассмотрении общения как одного из видов деятельности? Доказать на примере инвариантной структуры деятельности.
14. В чем сущность реляционного подхода к изучению общения?
15. В чем суть семиотического подхода к изучению общения?
16. Поясните связь каждого компонента модели коммуникации Р. Якобсона с функциями языка и речи.
17. Где и с какой целью может использоваться модель, репрезентирующая межличностные коммуникации и выступающая как средство самопознания «Окно Джохари»?
18. Назовите положительные стороны и ограничения в использовании модели «Окно Джохари».
19. Каковы структурные компоненты самовыражения?
20. Назовите уровни самовыражения личности в общении и основные функции самовыражения.
21. Как Вы понимаете содержание функции самовоплощения?
22. Какие характеристики важны для описания индивидуальной стратегии самовыражения личности в общении?
23. Что означает нормативность самовыражения?
24. Какие виды самораскрытия существуют, исходя из критерия «мишень самораскрытия»?
25. В чем специфика процесса самораскрытия?
26. Какие внешние и внутренние факторы влияют на процесс самораскрытия личности?
27. Охарактеризуйте процесс самопрезентации.
28. Чем отличаются тактики и стратегии самопрезентации?
29. Перечислите основные тактики и стратегии самопрезентации.
30. Какой эксперимент проводил Селигман для того, чтобы обосновать феномен выученной беспомощности?
31. Что такое барьеры коммуникации, и какие виды коммуникативных барьеров Вы знаете?
32. Приведите пример этнокультурных барьеров.
33. Дайте характеристику субъекта затрудненного общения.
34. Какие свойства личности затрудняют общение?
35. Чем отличаются нарушения межличностного общения от трудностей и дефектов?
36. Почему аутистов называют «людьми дождя»?
37. Можно ли считать затрудненное общение неуспешным и неэффективным?
38. Назовите социально-психологические и психологические критерии описания субъекта общения,

ТЕМА 2. Содержание и специфика речевой коммуникации

1. Особенности речевой коммуникации.
2. Структура речевой коммуникации.
3. Основные стили коммуникации

Ключевые понятия: язык, формы существования языка, лингвистическая гипотеза, речь, психологическая характеристика речевой коммуникации, мотивационная и когнитивная составляющая, статусная роль, ситуативная роль, контекст, код, каналы передачи, декодирование, обратная связь, стилевые характеристики, стили речевого коммуникативного поведения, принцип кооперации.

Основные теоретические аспекты темы:

Речевое общение – процесс передачи сообщения с помощью речи, установления и поддержания целенаправленного, прямого или опосредованного контакта между людьми при помощи языка, а также понимание и познание другого человека.

Речевая коммуникация – процесс передачи речевых сообщений в контексте той или иной культуры

Речевое поведение – проявление внешней активности человека в словесной форме. Оно связано с особенностями воспитания и обучения; местом рождения и социальной средой; включенностью в ту или иную социальную группу.

Язык – система знаков и символов. В языке всегда обязательно наличие двух сторон – внешней, материальной, связанной с артикуляционно-акустическим комплексом и внутренней, нематериальной, связанной со смыслом. Звуки (фонемы) являются материальными знаками языка и обладают такими **функциями**: **перцептивная** – быть объектом восприятия и **сигнификативная** – иметь способность обозначать.

Звуковая сторона языка является обозначающим, а смысловая сторона является обозначаемым, она связана с мышлением.



Рис.9. Язык как знаковая система

К основным формам существования языка относят:

- **литературный язык** нормализованный язык, обслуживающий разнообразные культурные потребности людей
- **просторечие** – слова и выражения, не входящие в норму литературной речи, они характеризуются оттенком упрощения и грубоватости
- **язык – пиджин** – разновидность смешанного языка, возникающий в связи с необходимостью общения на разноязычной территории; это предельно упрощенный самопроизвольно возникающий для общения лиц с разными родными языками в многоязычных пограничных территориях; это результат приспособления языков.
- **диалекты** – разновидность народного языка, употребляемая сравнительно ограниченным количеством людей, связанных территориальной, профессиональной, социальной общностью.

Речь – использование языка в коммуникативных целях.

Речь является самым универсальным средством коммуникации, поскольку при передаче информации при помощи речи менее всего теряется смысл сообщения.

Посредством речи не просто «движется информация», но участники коммуникации особым способом воздействуют друг на друга, ориентируют друг друга, убеждают друг друга, т.е. стремятся достичь определенного изменения поведения. Могут существовать две разные задачи в ориентации партнера по общению. А.А. Леонтьев предлагает обозначать их как личностно-речевая ориентация (ЛРО) и социально-речевая ориентация (СРО), что отражает не столько различие адресатов сообщения, сколько преимущественную тематику, содержание коммуникации. Само же воздействие может быть понято различно: оно может носить характер манипуляции другим человеком, т.е. прямого навязывания ему какой-то позиции, а может способствовать актуализации партнера, т.е. раскрытию в нем и им самим каких-то новых возможностей.

Речь в межличностных отношениях – это устная разговорная речь, для которой характерны:

1. персональность адресации;
2. неподготовленность и непринужденность (меньшая лексическая точность, свобода словоупотреблений, простота предложений, наличие речевых ошибок и слов-паразитов);
3. ситуативность
4. эмоциональная окраска речи. В целом для понимания смысла разговора более важна не строгая регулярность утверждений и ответов, не их грамматическая и синтаксическая выдержанность, и даже не то, что говорится, а то, как говорится.

Лингвистическая гипотеза Сэпира – Уорда: язык – это не просто инструмент для воспроизведения мыслей, он сам формирует наши мысли. Ведь любой предмет или явление становятся для нас достоянием только тогда, когда им дается название. Дав название, мы тем самым включаем новое понятие в ту систему, которая существует в нашем сознании. Мы вводим новый элемент в существующую у нас картину мира. Можно сказать, что язык не просто отражает мир, он строит идеальный мир в нашем сознании. Человек видит мир так, как он говорит.

Лингвистическая гипотеза Сэпира – Уорфа:

структура языка определяет мышление и способ познания реальности.

Язык – это не просто инструмент для воспроизведения мыслей, он сам формирует мысли. Человек видит мир так, как он говорит.



Структуру речевой коммуникации включает в себя:

- психологическую характеристику;
- социально-ролевую характеристику;
- элементы прохождения информации по коммуникативным цепям.

Психологическая характеристика включает в себя мотивационную и когнитивную составляющие.

Коммуникативная интенция - это желание (намерение) вступить в общение с другим лицом.

Замысел это информация в исходном виде, которую один партнер намерен передать другому, это проект предстоящего высказывания.

Интеллектуальная цель включает получение информации, в том числе оценочной, выяснение позиций, поддержку мнения, развитие темы, разъяснение, критика.

Эмотивная цель связана с установлением характера отношений, развитие или прекращение коммуникации, поддержка или отвержение партнера, побуждение к действию.

Когнитивная составляющая связана с пониманием высказывания, т.е. его истолкованием и интерпретацией.

Денотация - значение слова, признаваемое большинством людей данного лингвистического сообщества, т.е. это лексическое значение слова.

Коннотация - вторичные ассоциации слова, разделяемые одним или несколькими членами данного сообщества. В этом смысле они субъективны и эмоциональны по своей природе.

Полисемия - наличие у слова более одного значения, общепринятого в данном речевом сообществе.

Синонимия - использование разных слов и фраз для сообщения сходной информации.

Статусная роль указывает на поведение, предписанное человеку его социальным положением, возрастом, полом, должностью и т.п.

По ходу общения могут быть выделены **ситуативные роли** говорящих, существенно влияющие на характер общения. Выделяют следующие ситуативные роли:

- **Лидер** – человек, выполняющий эту роль, стремится вести разговор и контролировать его ход;
- **Посредник** следит за общим ходом беседы и уравнивает интересы различных людей.
- **Капризный ребенок** нарушает любые запреты и выступает с независимыми суждениями.
- **Гибкий человек** способен приспособиться к различным ситуациям.

Стилевые характеристики участников общения проявляется в особенностях речевого стиля коммуникантов.

Речь приобретает определенный смысл и может быть понята только с учетом неречевого контекста.

Контекст – это обстоятельства, в которых происходит конкретное событие.

Код в речевой коммуникации - это тот язык или его разновидность (диалект, сленг), который используют участники данного коммуникативного акта. Кодирование означает перевод исходного сообщения в набор знаков или сигналов, которые предположительно могут быть понятны другому.

Каналы передачи – это материальные носители для знаков, в речевой коммуникации – это устная и письменная речь.

Декодирование – это процесс расшифровки. Для успешной расшифровки требуется как минимум владение получателем языком, сходным с языком отправителя.

Обратная связь – это реакция получателя на высказывание отправителя, включающая в себя вербальные и невербальные сообщения.

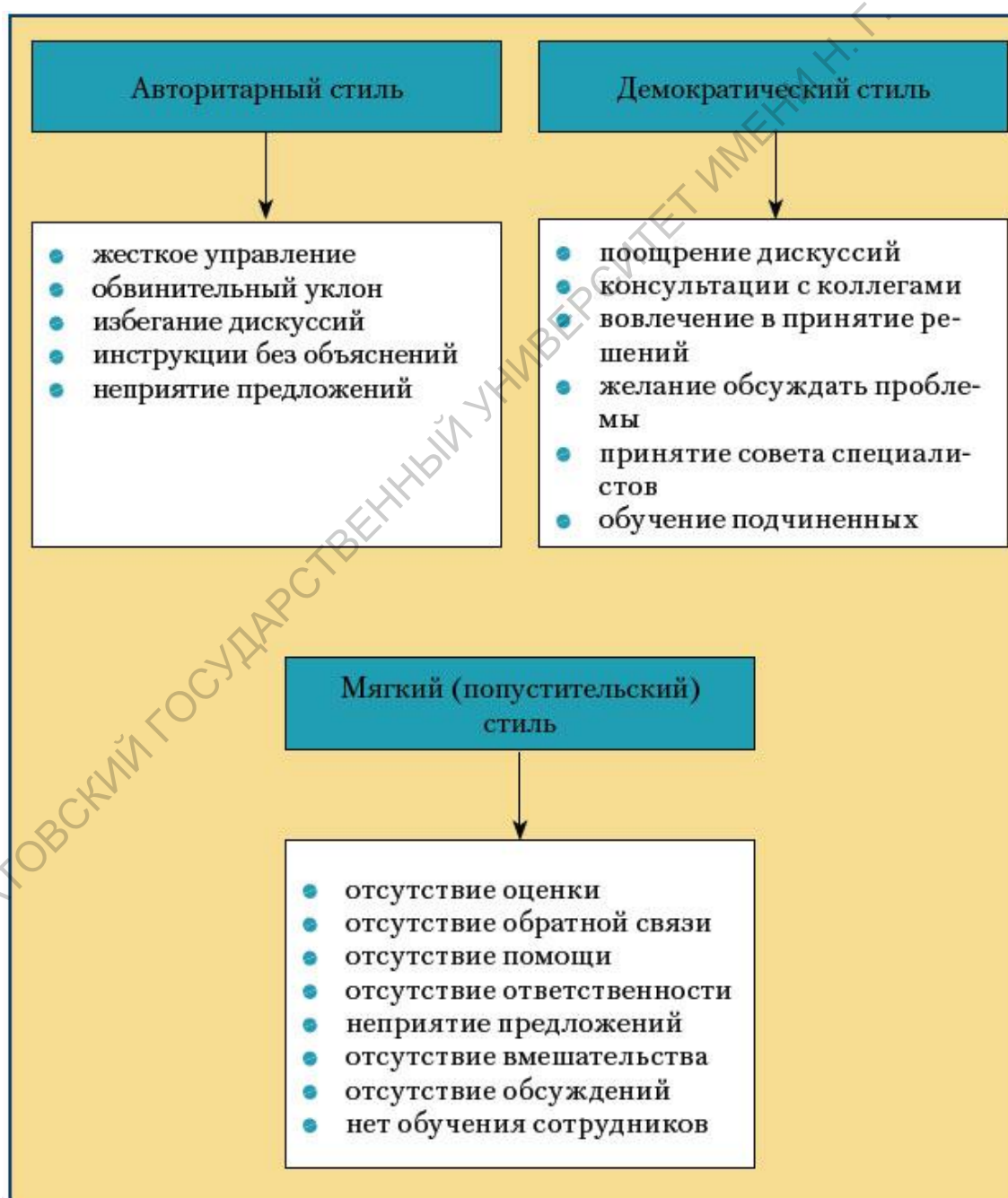
Оценочная обратная связь – это сообщение своего мнения, своего отношения к тому, о чем идет речь. Она может быть позитивной и негативной.

Позитивная оценочная обратная связь выполняет функцию поддержки Я-концепции партнера и сложившихся межличностных отношений.

Негативная оценочная обратная связь выполняет корректирующую функцию и направлена на устранение нежелательного поведения, изменение или модификацию общения.

Безоценочная обратная связь – это вид обратной связи, который не содержит эмоционального отношения к обсуждаемому вопросу, ее используют тогда, когда хотят больше узнать о чувствах человека или помочь ему сформулировать мысли по конкретному поводу, при этом прямо не вмешиваясь в его действия.

Стиль коммуникации – совокупность норм, определяющих форму сообщений



Виды стилей коммуникации

Вид	Критерий	Содержание
Прямая – непрямая	Степень выражения внутренних побуждений	Прямой связан с истинными намерениями («абсолютно», «определенно», «однозначно», «я») Непрямой – «возможно, вероятно, может быть», интерпретация с учетом контекста
Инструментальный – эмоциональный	Цель коммуникации	Цель инструментальной коммуникации – самовыражение, самопрезентация коммуникатора, прямое воздействие на реципиента Эмоциональная коммуникация ориентирована на реципиента и на поддержание взаимодействия, достижение групповой гармонии
Вычурный – сжатый	Длительность и богатство языка	Вычурный: богатый, экспрессивный язык, метафоры, отсутствие пауз Сжатый – лаконичный, сдержанные высказывания, терпимость к молчанию
Социально и личностно-ориентированный стиль	Уровень общения	Для социально-ориентированного стиля важна групповая принадлежность, ролевая позиция и жесткие требования при соблюдении норм коммуникации. Для личностно-ориентированного стиля характерны спонтанность и принужденность, пониженные требования к соблюдению коммуникативных норм
Сильный – слабый (мужской – женский)	Особенности коммуниканта	Для сильного стиля характерно - большое количество слов и вопросов; - наличие отрицаний; - использование прилагательных с личной оценкой или мнением, а не описанием; · наличие ссылок на количественные показатели Для слабого стиля характерно: - уклончивые фразы, отражающие субъективность - повторение индикаторов

		неуверенности -нерешительность, лингвистические заикания -большое количество вежливых форм -подъем интонации к концу утвердительных предложений -использование вопросов-концовок
--	--	--

Стили речевого коммуникативного поведения (факторы доминирование – уступчивость, дружелюбие – враждебность):

- отчужденный (уступающий – недружелюбный)
- послушный (уступающий – дружелюбный)
- сбалансированный (средние баллы по обоим факторам)
- опекающий (доминирующий – дружелюбный)
- властный (доминирующий – недружелюбный)

Табл. №3.

Коммуникативные стили общения (концепция Шульца фон Туна)

стиль	описание
Зависимый	<p>Человек, которому свойственен этот стиль коммуникации стремится получить помощь и поддержку от других. Хотя он представляет себя и позиционирует другим беспомощным и не жизнеспособным, в нем определенно есть сила и способность быть.</p> <p>Тенденция, вектор развития</p> <p>Сила «зависимого» стиля в его способности обращаться к другим людям за помощью и принимать их помощь. Другие, в свою очередь, рядом с ним могут позволить себе «нытье» для эмоционального облегчения. Потенциальный вектор развития — получение опыта самостоятельности и ответственности. Изменения в этом направлении может возникнуть, если «зависимый» начинает понимать, что он не только пассивная жертва. Умение попросить помощь, хороший навык, если «зависимый» научится запрашивать помощь в отдельных конкретных случаях, вместо того, чтобы всегда быть беспомощным.</p>
Помогающий	<p>Представители предпочитают видеть себя сильным, с готовностью предлагая другим людям помощь. Видя слабость и участвуя в проблемах других людей, «помогающий» может отвлечься от своих</p>

	<p>собственных слабостей и трудностей. Ему сложно принимать свои слабости, и он будет несчастлив, столкнувшись со слабыми сторонами своей личности лицом к лицу.</p> <p>Тенденция, вектор развития Помощник достаточно уверен в себе, берет на себя ответственность за себя и других. Эта тенденция становится гипертрофированной, если он отрицает свои собственные потребности. Первым шагом для развития является контакт с собственными уязвимыми и слабыми сторонами личности и их признание. Второй шаг – навык обращаться за помощью в случае необходимости к другим людям.</p>
Самоотверженный	<p>Представители этого стиля склонны обесценивать себя, презентуя другим себя как неважных и незначительных. Свое значение они чувствуют только, если используют себя для других. Он всегда будет делать то, что от него ожидают другие и полностью зависит от своего партнера.</p> <p>Тенденция, вектор развития Люди самоотверженного стиля имеют ряд положительных качеств, в особенности потенциал верности другим людям свободный от властного эгоцентризма. Однако им следует принимать меры самоутверждения и самоуважения. Они должны научиться включать «Я» в отношения и говорить «нет».</p>
Агрессивно-обесценивающий	<p>Люди с агрессивно-обесценивающим стилем хотят возвышаться над другими. Чтобы оправдать это они фокусируется на ошибках и недостатках других. Все это делается из опасений выдать собственные недостатки и слабости. В тайне от других агрессивно-обесценивающий тип борется с собственным чувством неполноценности.</p> <p>Тенденция, вектор развития Представителям этого стиля довольно легко заработать уважение и получить авторитет критика, называющего вещи своими именами. Это не будет односторонним, если допускать опыт признания достоинств и уважения к другим людям.</p>
Демонстративный	<p>Те, кому близок демонстративный стиль общения находятся в постоянной битве за свою самооценку. Внутренне собственная ценность не представляется достаточно высокой, что заставляет изображать себя в лучшем свете. Человек этого стиля хочет</p>

	<p>убедить себя и окружающих в своей ценности, заботится о своем идеальном фасаде, чтобы получить как можно больше похвалы и признания. На это затрачивается действительно много внутренней силы.</p> <p>Тенденция, вектор развития</p> <p>Представители этого стиля не боятся конкуренции и осознают свои полномочия. Тем не менее, они могли бы жить гораздо свободней, если бы могли признавать свои собственные недостатки и слабости. Если преодолеть страх показать свое истинное лицо «без прикрас», откроется возможность быть любимым ради самого себя.</p>
Доминирующий – контролирующий	<p>Лица с этим стилем общения хотят взять под контроль свое окружение. Они устанавливают правила и требуют от своих партнеров их соблюдения. Основной мотив — защитить себя от непредвиденных сюрпризов, хаоса и потери контроля.</p> <p>Тенденция, вектор развития</p> <p>Сильные стороны людей с этим стилем общения — умение планировать, самоконтроль и четкость. Но эта развитая способность самоуправления, могла бы дополниться попыткой развить в себе гибкость, смелость, открытость и доверие к другим.</p>
Дистанцирующийся	<p>Люди с таким стилем общения нуждаются в обеспечении необходимого безопасного расстояния и сохранении дистанции. Им некомфортно, когда другие люди приближаются, как физически, так и эмоционально. Они склонны смотреть на все с рациональной точки зрения, объективно.</p> <p>Тенденция, вектор развития</p> <p>В профессиональном плане эта способность поддерживать межличностную дистанцию является позитивным качеством квалификации. Тем не менее, следует иногда позволять случаться подлинной встрече между людьми, чтобы не оказаться в полной изоляции. Чтобы работать в команде, нужно учиться взаимодействовать с коллегами, признавать и находится в определенной зависимости от них. Важно учиться говорить о своих чувствах по отношению к себе и другим.</p>
Радостно-драматизирующий	<p>Человек данного стиля любит говорить о себе в самых ярких красках и находится в центре внимания. Однако, его чувства часто кажутся</p>

	<p>другим ненатуральными, преувеличенными. Тенденция, вектор развития Сильной стороной этих людей является обаяние, умение развлечь и с ними не бывает скучно. Однако эта сила будет сбалансирована лишь, когда человек научится развивать в себе неподдельный интерес к своим партнерам, и может сдерживать себя, когда нужно, чтобы при необходимости принять участие и в том, что важно его партнеру.</p>
--	--

Принцип кооперации – требование к собеседникам действовать таким образом, который соответствовал бы принятой цели и направлению разговора.

Основные правила речевой коммуникации, обусловленные этим принципом:

1. Высказывание должно содержать ровно столько информации, сколько требуется для выполнения текущих целей общения
2. Высказывание должно по возможности быть правдивым
3. Высказывание должно быть релевантным, т.е. соответствовать предмету разговора
4. Высказывание должно быть ясным



Вопросы для самопроверки

1. Чем отличаются язык и речь?
2. Назовите основные характеристики устной разговорной речи.
3. Перечислите структурные составляющие речевой коммуникации.
4. Что относится к когнитивной составляющей психологической характеристики речевой коммуникации?
5. Какие коммуникативные ситуационные роли Вы знаете, и как они влияют на характер коммуникации?
6. Опишите стилевые характеристики участников коммуникативного акта.
7. В чем сущность принципа кооперации
8. Сформулируйте лингвистическую гипотезу Сепира и Уорфа и поясните в чем ее психологический смысл.
9. Приведите литературных героев, репрезентирующих тот или иной стиль коммуникации.
10. Можно ли говорить о наличии «оптимального» стиля коммуникации?

ТЕМА 3. Структурные компоненты невербальной коммуникации и их роль в построении коммуникативного пространства

1. Характеристика невербальной коммуникации.
2. Основные каналы невербальной коммуникации и особенности акустической невербальной информации.
3. Кинесика: мимика, позы, жесты, контакт глазами.
4. Такесика и ольфакторная система невербальной коммуникации.
5. Сравнительный анализ вербальной и невербальной коммуникации.
6. Проксемика как наука о невербальной концептуализации и культурной организации коммуникативного пространства.
7. Правила проксемного поведения.
8. Виды расположения собеседников при деловой беседе в кабинете
9. Персонализация среды и территориальность

Ключевые понятия: невербальная коммуникация, паралингвистика, экстралингвистика, просодика, кинесика, мимика, жесты, контакт глазами, походка, графологический анализ, такесика, ольфакторная система, ольфакторная самопрезентация, проксемика, когнитивное картографирование, дистанция, типы расстояний, виды расположения собеседников при деловой беседе в кабинете, территориальность, типы территорий, персонализация среды.

Основные теоретические аспекты темы:

Невербальное общение – это такой вид взаимодействия, для которого характерно использование невербального языка в качестве главного средства передачи информации, организации взаимодействия, формирования образа, понятия о партнере, осуществления влияния на другого человека.

Невербальная коммуникация – это взаимодействие между людьми с помощью неречевых средств, обмен невербальными посланиями и их интерпретация в конкретной ситуации.

Невербальное поведение – социально и биологически обусловленный способ организации усвоенных индивидом невербальных средств общения, преобразованных в индивидуальную, конкретно-чувственную форму действия и поступков.

Невербальные сообщения могут быть закодированы с помощью

- Экспрессивного поведения личности, т.е. выразительных движений тела
- Звукового оформления речи
- Определенным образом организованной микросреды
- Использование предметов, имеющих символическое значение.

Выделяют 4 вида невербальных сообщений, дополняющих или модифицирующих вербальную коммуникацию:

1. *Подтверждение и повторение.*
2. *Отрицание или запутывание.*

3. *Усиление и акцентирование.*
4. *Контроль и регуляция.*

Характер информации, которую можно получить в процессе невербальной коммуникации.

1. Информацию о личности коммуникатора: его социальном статусе, принадлежности к определенной группе или субкультуре; о темпераменте человека, его эмоциональном состоянии, о его самооценке, Я-образе, о некоторых личностных качествах, о коммуникативной компетентности (как человек вступает в контакт, поддерживает его или выходит из ситуации межличностного контакта).
2. Информация об отношении участников коммуникации друг к другу: желаемый уровень общения, социальная или эмоциональная близость или, наоборот, дистанцированность, отдаленность; характер или тип отношений (доминирование или зависимость, уверенность – неуверенность), а также мы можем получить информацию о динамике взаимоотношений (стремление поддержать общение, прекратить его).
3. Информация об отношении участников коммуникации к самой ситуации. Эта информация содержит в себе сведения о включенности человека в ситуацию, о его заинтересованности, комфорте или спокойствии, или о стремлении выйти из ситуации и тогда мы видим нервозность и нетерпение

Невербальные сообщения полифункциональны, они

- создают образ партнера по общению;
- выполняют функцию опережающей (относительно речи) манифестации психологического содержания общения;
- поддерживают оптимальный уровень психологической близости между общающимися;
- выступают в качестве маскировки «Я – концепции»;
- являются средством идентификации партнера по общению;
- выполняют функцию социальной стратификации, выступают в качестве показателя статусно-ролевых отношений;
- выполняют функцию экономии речевого сообщения;
- выступают в роли уточнения, усиливают эмоциональную насыщенность сказанного

Табл. №4

**Структурная схема невербального поведения человека
(по В.А.Лабунской)**

Системы отражения невербального поведения человека				
Акустическая		Оптическая	Тактильно-кинестетическая	Ольфакторная
Экстралингвистик	Просодика	Кинесика	Такесика	Запахи

а						
паузы кашель вздохи смех плач	темп тембр высота громкость ритм	Выразительные движения: жесты, мимика, жесты, походка, поза, почерк	Физиогномика черты лица, особенности строения тела	Визуальный контакт	Рукопожатие Поцелуй Объятие Поглаживание похлопывание	естественные искусственные запахи

Паралингвистика – это наука, предметом изучения которой является параязык - дополнительные к речевому звуковые коды, включенные в процесс речевой коммуникации и несущие смысловую информацию.

К экстралингвистике относятся паузы, кашель, вздох, смех, плач, стон.

Просодика - это система вокализации, т.е. качество голоса, его диапазон, тональность.

Кинесика – диапазон движений, которые отражаются с помощью оптической системы субъекта и выполняют экспрессивно-регуляторную функцию в общении.

Кинесика подразделяется на выразительные движения и физиогномику. Выразительные движения включают в себя мимику, позу, жесты, походку, контакт глазами, почерк. Физиогномика отражает строение лица и черепа, а также строение туловища.

Мимика или выражение лица – важнейший аспект невербальной коммуникации.

Контакт глазами – подструктура кинесики, выполняющая в первую очередь функцию регулирования разговора.

Поза – это положение человеческого тела, типичное для данной культуры, это элементарная единица пространственного поведения человека. В целом позы могут выполнять в общении 2 функции: расчленять поток речи на единицы и регулировать межличностные отношения в диаде. Именно с помощью поз можно создать мысленный барьер, а также по синхронизации поз можно говорить об изменениях отношений между общающимися.

Наиболее изучены 3 группы поз, выражающих отношение к партнеру:

- **открытость или закрытость, включение или выключение из ситуации.**

«Закрытые позы» - скрещенные на груди руки, сплетенные в замок пальцы, нога на ногу, отклонение спины назад. Эти позы соответствуют внутренней закрытости в контакте.

«Готовность к общению» - человек улыбается, голова и тело повернуты к партнеру, туловище наклонено вперед

- **доминирование – зависимость, подчиненность.**

Доминирование – нависание над партнером, похлопывание по плечу, рука забыта на плече; зависимость – взгляд снизу, сутулость, «поза ямщика».

- **противостояние – гармония;** человек стоит, сжав кулаки, подбоченясь, выставив плечо вперед; гармония – поза открытая, свободная.

Походка – элемент кинесической подструктуры, связанный с позой.

Жесты – движения рук или кистей рук. Жесты в процессе общения не только сопровождают речь, но и сигнализируют об отношении человека к какому-то событию, лицу, предмету, о желании человека, его состоянии.

Жесты можно классифицировать следующим образом:

- описательно-изобразительные и выразительные, подчеркивающие. Эти жесты сопровождают речь и вне речевого контекста теряют смысл.
- конвенциональные жесты замещают в речи элементы языка, они понятны без речевого контекста и имеют собственное значение в общении.
- модальные жесты выражают оценку, отношение к предметам и людям, сигнализируют об изменении активности субъекта в процессе коммуникации.

Алфавит жестов может быть представлен следующими группами:

1. Иллюстраторы - жесты сообщения, движения.
2. Регуляторы - жесты, выражающие отношение говорящего.
3. Эмблемы - своеобразные заменители слов или фраз в общении.
4. Адаптеры – особые привычки человека, связанные с движением рук.
5. Аффекторы - жесты, выражающие через движение тела определенные эмоции.

Графологический анализ - выявление индивидуально–психологической вариативности почерка. Процедура предназначена для идентификации рукописей (например, подписей) и определения психических состояний или характерологических особенностей автора рукописи. Обычно включает в себя два этапа: общий анализ, в котором акцент делается на целостном впечатлении, и тонкий анализ с проработкой почерка по признакам.

Основные признаки почерка:

Размер букв: (очень маленькие, маленькие, средние, крупные).

Наклон букв: (левый наклон, легкий наклон влево, правый наклон, резкий наклон вправо).

Направление почерка: (строчки ползут вверх, строчки прямые, строчки ползут вниз).

Размашистость и сила нажима: (легкая, средняя, сильная, очень сильная).

Характер написания слов: (склонность к соединению букв и слов, склонность к отдалению букв друг от друга, смешанный стиль).

Общая оценка: (почерк старательный, буквы выведены аккуратно; почерк неровный, некоторые слова читаются с трудом; почерк небрежный, неразборчивый, буквы написаны кое-как).

Мужской почерк, по данным графологии, характеризуется следующим: беззаботный, неробкий; торопливый, неправильный (неравномерный); буквы остаются открытыми; почерк некрасивый, плохо выглядит; размашистый; широкие линии и широкие буквы; твердый, сильный нажим; острые углы; ошибки; индивидуальный — оригинальный; наклон вперед; слитный; свободный.

Женский почерк: тщательный; чистый; единообразный; точный; определенный; правильный, буквы без пропуска знаков; красивый; маленькие линии без нажима; округленный; стандартный; наклон назад; компактный; с близко стоящими буквами.

Такесика — невербальная коммуникация, связанная с тактильной системой восприятия.

Ольфакторная система позволяет выделить такую структуру невербальной коммуникации как естественные и искусственные запахи.

Запахи выполняют ряд социально-психологических функций: создают образ человека и управляют впечатлением, отношениями. В семиотических работах сделаны выводы о том, что естественные и искусственные запахи являются системой кодов, символов, на основе которых осуществляется деление на "своих и чужих", создается интегральный образ социальных объектов, групп, времени и пространства бытия человека.

Ольфакторная самопрезентация является социально-психологическим феноменом, существование которого подтверждается

- высокой субъективной значимостью парфюмерных запахов в общении;
- высокой поведенческой активностью, связанной с их использованием и приобретением;
- предъявляемой информацией об индивидуальных, (пол, возраст), психологических (состояния, качества личности), социально-психологических, стратификационных (социальный статус, благосостояние, престиж, этническая принадлежность, соответствие поведения социальным нормам) характеристиках субъекта самопрезентации;
- наличием типов субъектов ольфакторной самопрезентации.

Табл. №5

Демонстрация отношения к партнеру с помощью невербальных средств

Позитивное отношение	Негативное отношение
Открытая, расслабленная поза	Закрытая, напряженная поза
Поворот к партнеру	Поворот от партнера
Прикосновения	Отсутствие прикосновений
Контакт глаз средней интенсивности	Редкий или интенсивный

	визуальный контакт
Короткая дистанция	Большая дистанция
Длительное общение	Непродолжительное общение

Стили невербального поведения:

- Доминантный (директивные жесты, громкий голос, взгляд, постоянно направленный на реципиента, напряженное выражение лица с нахмуренными бровями).
- Подчиненный (нервные жесты, дрожащий голос, слабый контакт глаз, вербальное заикание, сползающая поза).
- Стил, ориентированный на задачу (быстрая речь, прямая поза, контакт глаз средней силы во время речи, мало вербальных заиканий, спокойные жесты)
- Социальный стил (голос средней громкости, расслабленная поза, наклон тела к реципиенту, дружественное выражение лица, средний контакт глаз)

Расшифровка невербального поведения

• Личностные черты:

Коммуникатор оценивается как более активный или суетливый, когда быстро говорит;

Более сильный, агрессивный, доминантный, наделенный лидерскими качествами, когда долго смотрит на собеседника и громко говорит;

Более целеустремленный, волевой, когда говорит глухим, низким голосом



• Коммуникативные качества

Коммуникатор оценивается как более дружелюбный и непринужденный, когда улыбается, кивает, устанавливает вербальный контакт; более эмпатийный, когда устанавливает визуальный контакт, наклоняется, находится на близком расстоянии; более искренний и достойный доверия, когда поддерживает контакт глазами, редко дотрагивается до себя, активно жестикулирует; согласный со своим партнером, когда поворачивает к нему голову и устанавливает визуальный контакт



Система кодирования эмоций П.Экмана (FACS)
Лоб – брови – глаза
Нос – щеки
Рот – подбородок



FreeWoman.Club

Мимическое выражение основных эмоций по П.Экману

эмоция	невербальные показатели
удивление	брови округлены и высоко подняты, кожа под бровями натянута, горизонтальные морщины на лбу, веки раскрыты, рот открыт, челюсть опущена, зубы разъединены
страх	брови приподняты и сдвинуты, в центре лба морщины, верхние веки подняты, а нижние приподняты и напряжены, рот раскрыт, губы напряжены
отвращение	верхняя губа поднята, нос наморщен, щеки подняты, нижние веки приподняты, но без напряжения, брови и верхние веки опущены
радость	уголки губ оттянуты в стороны и приподняты, рот приоткрыт или закрыт, от носа к верхнему краю губы тянутся морщины, щеки подняты, верхние веки спокойны, нижние приподняты, но не напряжены, «гусиные лапки»
горе	внутренние уголки бровей подняты вверх, кожа между бровями треугольной формы, внутренние уголки верхних век приподняты, рот закрыт, уголки губ опущены, но не напряжены
гнев	брови опущены и сведены, между бровями вертикальные складки, верхние веки напряжены и приподняты, нижние – напряжены, глаза неподвижные (могут казаться выпученными), губы находятся в одном из 2-х положений (крепко сжаты или раскрыты), ноздри могут быть расширены.



Принцип равновесия: вынужденное усиление одного невербального показателя вызывает сокращение другого

Правила распознавания невербальных сообщений

Правило 1. Правило нескольких признаков: учитывать показатели разных систем.

Правило 2. Правило динамики: смотреть на изменения в невербальном поведении.

Правило 3. Правило контекста: анализировать контекст ситуации

Табл.№7

Сравнительный анализ вербальных и невербальных средств коммуникации

Вербальная коммуникация	Невербальная коммуникация
Абстрактность и дискретность	Конкретность Континуальность
Определенность	Вероятность
Линейно-временная последовательность	Пространственно-временная целостность
Осознанность, произвольность	Неосознанность, произвольность

Проксемика – пространственные взаимоотношения людей в процессе общения, а также влияние территорий, ориентаций и дистанций между людьми на характер межличностного общения.

Когнитивное картографирование означает формирование у человека представления, образа какой-то местности, территории, среды.



Практическое преобразование окружения предполагает активное воздействие и трансформацию окружающего.

Выделяют следующие формы активного преобразования среды:

- **явления дистанции** - соблюдение во время общения определенного, относительно стабильного расстояния между собой и другими людьми (и соответствующая организация мест общения). «Изменение дистанции задает общению тон, расставляя акценты, а иногда даже перевешивает по значимости сказанные слова» (Э.Т.Холл).
- **персональное пространство** - сфера вокруг тела человека, вход в которую других людей воспринимается как неприятное;
- **территориальность** - контроль и "управление" человеком определенным местом, территорией, объектом, структурирование среды на "свои" и "чужие" части;
- **персонализация среды** - включение некоторого места, объекта в сферу своего "я", экспозиция с его помощью себя другим.

Типы расстояний между общающимися людьми, классифицированы по критерию близость – дистанцированность: публичная, социальная, личная и интимная.

Для контактного диалога особенно важны три типа.

- **Публичная дистанция** – свыше 2м 75см
- **Социальная дистанция** (социальное расстояние) – от 1,2 до 2,75, при которой возможность физического соприкосновения заменяется голосовым контактом.
- **Личная дистанция** (личное расстояние) – от 0,45–0,75 м до 0,75–1,2 позволяет людям находиться на расстоянии вытянутой руки друг от друга.
- **Интимная дистанция** – от 0,15 -0,2 до полного телесного контакта

Правила проксеимного поведения людей (универсальные и культурно-специфичные) опираются не только на физические (собственно пространственные), но и на личностные, социальные, культурные, языковые и другие параметры.

С точки зрения В.А. Лабунской чрезмерное близкое или удаленное расстояние может отрицательно сказаться на процессе общения, в частности на переговорах. Выбор дистанции общения, по мнению автора, определяется социальным престижем общающихся, национально-этническими признаками, полом, возрастом коммуникантов, характером взаимоотношений партнеров. Нарушение оптимальной дистанции общения воспринимается партнерами негативно, и они пытаются ее изменить, что приводит к возникновению «эффекта движущегося общения».

Виды расположения собеседников при деловой беседе в кабинете:

- **угловое расположение** - характерно для людей, занятых дружеской, непринужденной беседой, она способствует постоянному контакту глаз и предоставляет простор для жестикуляции и возможность для наблюдения за жестами собеседника;



Рис.10. Угловое расположение.

- **позиция делового взаимодействия** - позиция направленного сотрудничества – между участниками разговора нет никаких физических барьеров, они сидят рядом. Общение носит доверительно-интимный характер. В такой позиции можно обсудить чуть ли не все вопросы и темы, поскольку собеседники полностью принимают друг друга. Это одна из самых удачных стратегических позиций для обсуждения и выработки общих решений;

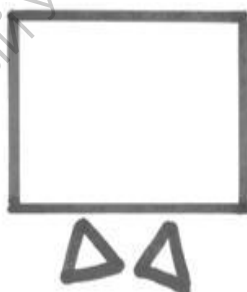


Рис.11. Позиция сотрудничества.

- **конкурирующее - оборонительная позиция** – применяется в острых обсуждениях, спорах, дискуссиях. Такое расположение собеседников способствует тому, что каждая сторона будет придерживаться своей точки зрения. Стол между ними становится своеобразным барьером. Собеседники сидят напротив друг друга, что позволяет хорошо обозреть выражения лица, совершаемые жесты, которые могут ежесекундно меняться в зависимости от остроты обсуждаемых вопросов. В этом случае положение напротив друг друга помогает не упустить невербальные сигналы собеседника и вовремя на них реагировать;



Рис.12. Оборонительная позиция, позиция соперничества.

- **независимая позиция** – говорит о нежелании общаться. Собеседники сидят по разным углам стола, что отрицательно влияет на процесс коммуникации. Если попытаться изменить положение, сесть поближе, другой человек может демонстративно встать и покинуть помещение. Это самая негативная форма общения за столом и форма невербального общения в целом.

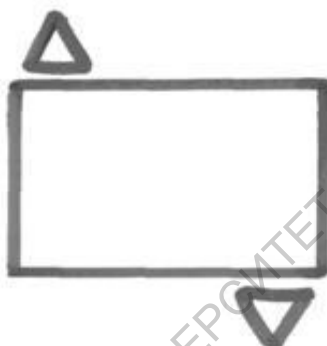


Рис.13. Независимая позиция.

Под **территориальностью** обычно подразумевается явление, когда человек фиксирует какое-то пространство, определяет нормы поведения в нем, осуществляет контроль над ним.

Территориальность - это "прикрепление" определенного места к некоему субъекту, из чего исходят специфические нормы поведения на этом месте и специфическое отношение к нему (Альтман).

Дифференцируют три основных типов территорий:

- **первичные территории** - это места, которые длительное время находятся под контролем определенного человека, они наиболее существенны для него, он их воспринимает как части самого себя.

- **вторичные территории** - это менее существенные для человека места, ими часто пользуются временно или периодически, контроль над ними частичен, но они все же ощущаются "своими".

- **публичные территории** - места, на которые все имеют одинаковые права, которые не "прикреплены" к определенному субъекту.

Функции территориальности:

- территориальность является основой формирования индивидуальной и групповой идентичности - она помогает определить, кто я, кто мы;
- территориальность является средством организации социальных взаимоотношений;

- фиксирование территории дает возможность контролировать среду.



Персонализируя среду, человек ставит свой индивидуальный отпечаток на нее, информирует других, где его место начинается и кончается, а также представляет миру свои ценности и убеждения, т.е. основной функцией персонализации среды считается формирование, сохранение и представление идентичности человеческого "я" (Альтман).

С точки зрения целей и средств выделяют следующие способы персонализации среды: 1 - представление своей связи (любви, уважения, принадлежности) с конкретными людьми; 2 - представление своих политических, религиозных, философских ценностей; 3 - представление своей эстетической направленности; 4 - указание на определенное событие, на определенное время; 5 - вещи и предметы, указывающие на склонности человека в свободное время; 6 - представление своих интересов.

Персонализация осуществляется в системе "субъект - социальная среда", ее мерой являются "вклады", которые данный человек сделал в свое (социальное) окружение (А.В. и В.А. Петровские).

Персонализация среды сочетает две противоположные тенденции:

- стремление отделиться, оградиться от "других", закрыть "свое", фильтровать внешние воздействия;
- представить себя другим, экспонироваться, включиться в общность.

Индикаторы персонализации места – показатели, свидетельствующие о степени контроля и эмоциональной идентификации с местом



Вопросы для самопроверки:

1. Дифференцируйте понятия: «невербальное поведение», «невербальное общение», «невербальная коммуникация». Ответ аргументируйте.
2. Какую информацию об участниках коммуникации можно получить с помощью невербалики?
3. Назовите структуру невербального поведения и охарактеризуйте каждый из ее компонентов.
4. Какую роль в общении выполняют жесты?
5. Каково значение ольфакторной подсистемы невербальной коммуникации?
6. Существуют ли мимические корреляты эмоций?
7. Можно ли говорить о гендерной специфичности почерка?
8. Чем отличается вербальная и невербальная коммуникация?
9. Какие стили невербального общения Вы знаете? Сравните их с вербальными стилями общения.
10. Как Вы можете объяснить смысл принципа равновесия?
11. Какое из правил распознавания невербальных сообщений Вы считаете основным?
12. Что является предметом проксемики и каковы правила проксемики поведения?
13. Назовите способы структурирования среды и приведите примеры активного преобразования среды.
14. Что такое территориальность, и какое значение имеет это явление для психологии общения? Назовите типологию территорий.
15. Укажите функции и способы персонализации пространства.
16. Назовите ситуации, в которых невозможна персонализация среды и укажите последствия этого?
17. Проанализируйте связи между структурными компонентами персонализации среды.
18. Что означает угловое расположение за столом?
19. Что означает «эффект движущего общения», и в каком случае он возникает?
20. Назовите способы персонализации среды.
21. Что можно считать индикаторами персонализации среды?

ТЕМА 4. Перцептивные искажения в процессе коммуникации

1. Социальная установка, стереотипы и предрассудки.
2. Атрибуция и фундаментальная ошибка атрибуции.
3. Теории каузальной атрибуции и корреспондентного вывода.
4. Ложь и правда в коммуникации

Ключевые понятия: социальная установка, парадокс Лапьера, социальный стереотип, этнический стереотип, профессиональный стереотип, предрассудок, социальная перцепция, эффекты восприятия, каузальная атрибуция, корреспондентное выведение, каузальное пространство, критерии валидности, фундаментальная ошибка атрибуции, ложь, правда, обман.

Основные теоретические аспекты темы:

Социальная установка (аттитюд) – благоприятная или неблагоприятная оценочная реакция на объект или субъект, которая выражается в мнениях, чувствах и целенаправленном поведении.

Структура аттитюда:

- *Когнитивный компонент (знание)*
- *Аффективный компонент (оценка)*
- *Поведенческий компонент (готовность действовать)*

Парадокс Р. Лапьера — феномен социальных установок. Несовпадение между социальными установками, которые фиксируются в вербальных ответах, и реальным поведением. В эксперименте Лапьера показано, что в то время, как в анкетировании были выражены негативные межнациональные установки, в реальных взаимоотношениях с реальными представителями других народностей они проявляются значительно меньше.

ПАРАДОКС ЛАПЬЕРА: Люди говорят одно, а делают совсем другое, т.е. между аттитюдом и реальным поведением существует расхождение

Стереотип – это социальная установка с застывшим, нередко обедненным содержанием когнитивного компонента. Важность стереотипов для упорядочивания социальной жизни предполагает стремление не к их разрушению, а к лишь к уменьшению последствий негативных стереотипов.

Стереотипы, по мнению Tajfel, выполняют ряд функций, необходимых как обществу, так и индивиду.

Социальные функции стереотипов представлены

- социальной причинностью, которая помогает идентифицировать группы, ответственные за те или иные события;
- социальным оправданием связано с рационализацией или оправданием поведения по отношению к другим группам.
- социальной дифференциацией акцентирует и проясняет различия между группами.

Индивидуальные функции стереотипов:

Когнитивная функция способствует тому, что человек воспринимает мир хорошо дифференцированным и точно сфокусированным.

Ценностная функция позволяет индивиду поддерживать относительно позитивную самооценку за счет идентификации с определенной группой, которую он склонен оценивать более положительно.

Национальный стереотип – это упрощенный схематизированный, эмоционально окрашенный и чрезвычайно устойчивый образ какой-либо этнической группы или общности, легко переносимый на всех представителей этой группы.



Профессиональный стереотип – персонифицированный образ профессии, т.е. обобщенный образ типичного профессионала.

Предвзгляд – это социальная установка с извращенным содержанием когнитивного компонента, вследствие чего индивид воспринимает некоторые социальные объекты в неадекватном, искаженном виде.

Атрибуция – это процесс приписывания причин и достраивание информации для того, чтобы придать смысл окружающему.

Теория корреспондентного вывода Джонса и Дэвиса рассматривает логический путь приписывания причин, считается, что существует расхождение между реальным действием, которое совершает субъект, и наблюдаемым процессом, как его интерпретирует наблюдатель

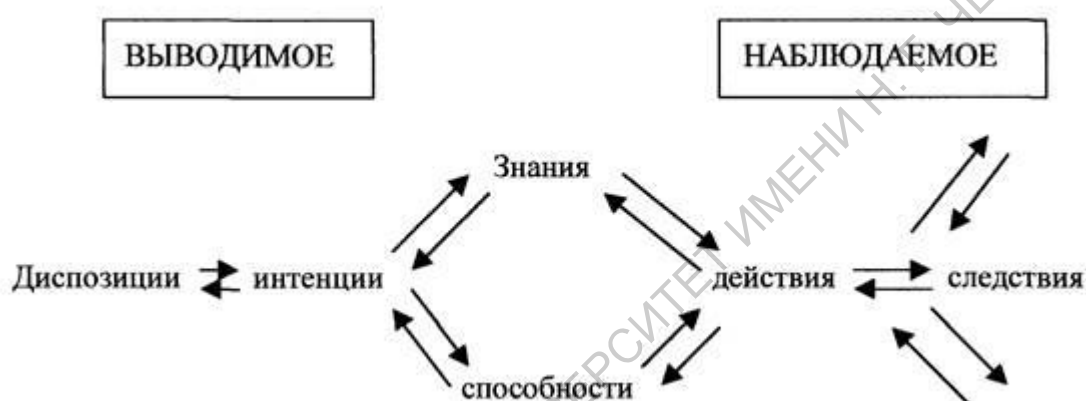


Рис.14. Теория Джонса и Дэвиса

Теория каузальной атрибуции Г.Келли описывает то, как используется информация о постоянстве, ясности и консенсусе.

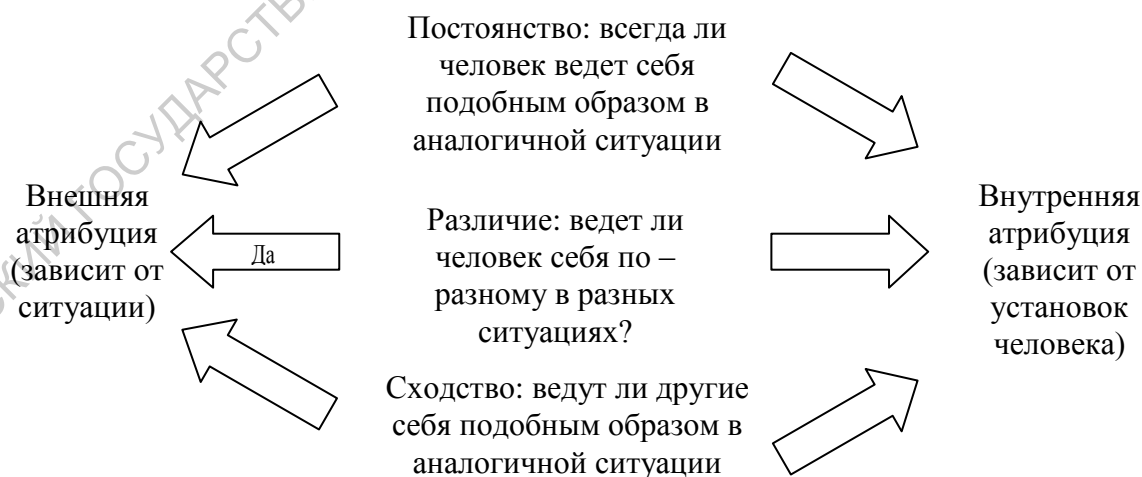


Рис.15. Теория атрибуции Г.Келли

Критерии валидности: подобия (постоянства); различия (исключительности); соответствия (консенсуса).

Фундаментальная ошибка атрибуции - это тенденция наблюдателей недооценивать ситуационные и переоценивать диспозиционные влияния на поведение других.

Росс обозначил условия возникновения такой ошибки:

- ложное согласие;
- неравные возможности;
- большее доверие к фактам, чем к суждениям;
- легкость построения ложных корреляций;
- игнорирование информационной ценности неслучившегося.

Мотивационные ошибки атрибуции - это различные виды защит, пристрастия, которые субъект атрибутивного процесса включает в свои действия.

Социальная перцепция – процесс, возникающий при межличностной интеракции на основе естественного общения и протекающий в форме восприятия социальных объектов в социальном контексте.

«Гало-эффект» (эффект ореола) – тенденция воспринимающего преувеличивать однородность личности партнера: переносить благоприятное (или негативное) впечатление об одном качестве человека на все его другие качества.

Эффект ореола может привести к ошибке, вызванной фактором:

- *превосходства*
- *привлекательности*
- *отношения*

Эффект проекции – перенесение своих состояний на другую личность, приписывание ей черт, которые в действительности присущи самому воспринимающему, а у оцениваемой личности могут отсутствовать.

Эффект снисходительности (эффект Полианны) - тенденция людей при оценивании использовать позитивные оценки.

Эффект гетерогенности ингруппы и гомогенности аутгруппы - тенденция воспринимать разнообразно членов своей группы и однородно представителей «чужой» группы

Эффекты первичности и новизны касаются значимости определенного порядка предъявления информации о человеке для составления представления о нем.

Эффект бумеранга – тенденция людей подсознательно оказывать противодействие сильному давлению извне, в чем бы оно ни выражалось, т.к. воспринимается оно как покушение на их право свободного выбора.

Истина – это категория логики и теории познания, выражающая соответствие наших знаний о мире самому миру.

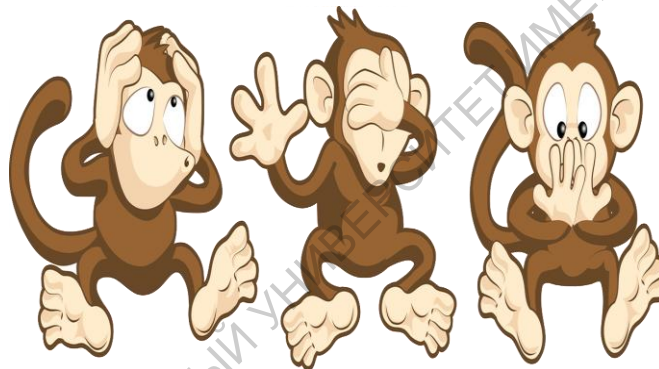
В.В. Знаков выделяет 9 категорий, связанных с искажением действительности¹: правда, случайная правда, неправда-заблуждение, ирония, вранье, обман, самообман, мнимая ложь, откровенная ложь

Правда – нравственная категория психологии взаимопонимания, выражающая не только соответствие знаний миру, но и отношение человека к истинному знанию, осознание его моральной ответственности за свои высказывания.

Неправда - это высказывание, основанное на заблуждении и неполном знании (отсутствие намерения солгать).

Неправда проявляется в двух разновидностях:

- как вербальный эквивалент **заблуждения**: коммуникант верит в реальность существования чего-то, но ошибается, и в результате, не желая этого, он говорит неправду.
- как следствие ограничения знания – **полуправды**, в котором сообщение сочетает верные и неверные сведения вследствие неполноты знания, неполноты владения ситуацией, доверия ненадежным источникам, например, слухам.



Ложь – сознательное искажение известной субъекту истины, осуществляемое с целью введения в заблуждение собеседника.

Формы лжи:

- **умолчание (сокрытие правды);**
- **искажение (сообщение ложной информации).**

Лжи присущи три признака:

- сознание ложности;
- намерение обмануть;
- целесообразность (направленность на получение какой-либо выгоды, или отклонение невыгоды).

Первые два признака отличают ложь от иллюзий воспоминания, а третий – от фантастических неверных показаний.

Кроме этого ученые различают:

- явную (откровенную, грубую) ложь;
- ложь – преувеличение;
- тонкую ложь.

¹ Знаков В.В. Неправда, ложь и обман как проблемы психологии понимания // Вопросы психологии. 1993, №2.

Мнимая ложь возникает как противоречие между субъективной и объективной сторонами лжи: убеждением человека в том, что он солгал собеседнику, и реальным актом лжи. Для квалификации этого вида лжи достаточно, чтобы один из партнеров по общению, высказывая суждение, думал, что он лжет, т.е. считал, что умышленно искажает факты.

Явная ложь (так называемая «фальсификация» по П. Экману) представляет собой тот случай, когда сообщаемая информация совершенно отлична или диаметрально противоположна истинному положению дел.

Преувеличение – это ложь, при которой сообщаемые факты или информация превосходят подлинные данные.

Тонкая ложь предполагает буквальное сообщение истины, но направленное на то, чтобы ввести кого-либо в заблуждение (уклонение от ответа, упущение важных деталей и др.).

Корреляты лжи:

- многословие, отсутствие четких формулировок;
- паузы перед ответами;
- модуляции и громкость голоса;
- внутреннее напряжение;
- несвойственная жестикация;
- хаотичные движения;
- неестественная мимика;
- неестественный румянец или бледность;
- расширенные зрачки.

Обман рассматривается как такая полуправда или правда, которая, по мнению обманщика, спровоцирует обманываемого на ошибочные выводы из достоверных фактов.

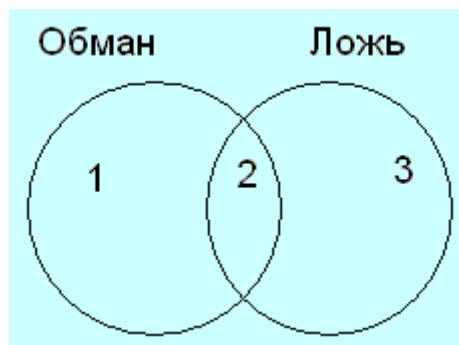


Рис.16. Семантизация понятий "ложь", "обман" в лексикографическом аспекте

Типы обмана (К. Саарни и М. Льюс²):

- обычный обман по отношению к другим людям, совершаемый осознанно;
- обман по отношению к другим людям, требующий некоторой доли самообмана:
 - обман других по поводу самих себя;
 - обман других по поводу их самих;
 - обман других по поводу третьих лиц.
- самообман, совершаемый в отсутствии других людей, то есть из потребности в иллюзиях.

Д.И. Дубровским были выделены следующие формы самообмана³:

- самообман относительно самого себя;
- относительно других;
- относительно предметов, событий, обстоятельств

В работе Н.Г. Любимовой приведена типология обманщиков, описанная с учетом критериев осознанности или неосознанности намеренья обмануть, а также вектора направленности лжи.

Осознанно-позитивный тип обманщика (использующий намеренно добродетельный обман), который, в свою очередь, в зависимости от скрытых мотивов и потребностей, можно условно подразделить на два подтипа: «Конформист» и «Профессионал». Обманное поведение «Конформиста» обусловлено потребностями в безопасности, в общении и мотивом «быть как все». Его обманное поведение строится на согласии с мнением референтных лиц или группы, сокрытии правды в угоду другому человеку с помощью комплимента, лести и др. Обманное поведение «Профессионала» имеет в своей основе потребность, заложенную в профессиональной деятельности. Мотивами его обманного поведения является чувство профессиональной ответственности и долга: летчик во время катастрофы обманывает пассажиров; врач – утаивает информацию от смертельно больного человека, психолог – скрывает цель эксперимента от своих испытуемых.

Осознанно-негативный тип обманщика (использующий осознанную ложь намеренно), который, в свою очередь, в зависимости от потребности и скрытых мотивов можно разделить на два подтипа: «Мошенник» и «Карьерист». В основе обманного поведения «Мошенника» лежат материальные потребности, потребность в удовлетворении высокой активности и самореализации с помощью обманного поведения, мотив получения удовольствия от мошенничества. «Мошенник» обманывает с корыстной целью, принося материальный ущерб другим людям ради достижения материальных или других благ. Обманное поведение «Карьериста» обусловлено мотивом продвижения по служебной лестнице ради удовлетворения материальных потребностей, потребностей в

² Исследуем ложь. Теория, практика обнаружения / Под ред. М. Льюиса, К. Саарни. М., 2004.

³ Дубровский Д.И. Обман. Философско-психологический анализ. М., 1994.

признании и власти. Он манипулирует людьми, организует аферы. Поведение «Карьериста» имеет как асоциальную, так и социальную направленность, а результаты его профессиональной деятельности часто социально одобряемы.

Неосознанно-позитивный тип обманщика - «Иллюзионист». В своем обманном поведении реализует позитивные намерения и потребность в признании и общении. Он находится в выдуманном, иллюзорном мире, тем самым ненамеренно выдает искаженную информацию, вносит непонимание в окружающую действительность, создает псевдореальность, не желая другим вреда.

Неосознанно-негативный тип обманщика: «Игрок» и «Врун». «Игрок» живет по своему жизненному сценарию, часто не осознавая этого, играет в психологические игры, вовлекает в них других людей, манипулируя ими и реализовывая при этом потребность в психологической или материальной выгоде. Целью обмана «Вруна» является привлечение внимания, завоевание авторитета, признания окружающих. Одним из основных мотивов обманного поведения «Вруна» является получение удовольствия от уловок, хитрости, фантазирования, не имеющих своей главной целью получение материальной выгоды.

В психологическом смысле **вранье** принципиально отличается от лжи следующими характерными особенностями.

- Вранье - это один из способов установить хорошие отношения с партнером, доставить своей выдумкой удовольствие себе и ему. В данном случае у субъекта нет цели дезинформировать партнера. Это скорее способ установления контакта и сближения людей. Сюда можно отнести различного рода комплименты, лесть, преувеличения.
- Вранье не рассчитано на то, что в него поверят. Намерения обмануть у слушателя нет. Рассказывая небылицы, человек и не рассчитывает на веру. У него нет задачи нанести ущерб партнеру.
- Вранье не предполагает унижения слушателя и получения за его счет какой-то личной выгоды. Бескорыстность и кажущаяся бессмысленность вранья всегда приводили в изумление иностранцев.
- Классическое вранье характеризуется тем, что враль получает нескрываемое удовольствие, наслаждение от самого процесса изложения небылиц, становясь на время объектом всеобщего внимания.

Факторы, способствующие проявлению лжи и обмана:

- биологические,
- социальные,
- личностные,
- ситуативные.

Невербальные корреляты неправды:

Фиксированная поза – чем жестче зафиксирована поза, тем легче выявить неправду.

Спецификация мимических реакций

Отсутствие визуального контакта с собеседником

Иллюзия - это добровольный самообман, когда реципиент соглашается верить тому, что сообщает коммуникатор.



Вопросы для самопроверки:

1. Что представляет собой социальная установка, и какова структура аттитюда?
2. Можно ли оценивать стереотип только как негативное явление? Аргументируйте свой ответ.
3. Приведите примеры социальных стереотипов.
4. Что такое профессиональный стереотип, и какими обобщенными чертами должен обладать типичный психолог?
5. Назовите теории атрибуции.
6. В чем сущность фундаментальной ошибки атрибуции, описанной Россом?
7. Какие эффекты социальной перцепции Вы знаете? Приведите примеры
8. Укажите условия и факторы, влияющие на точность и адекватность оценки одним человеком другого.
9. В чем заключается «парадокс Лапьера»?
10. Назовите отличительные особенности истины и правды в контексте психологии общения. Почему правда рассматривается как одна из категорий, связанных с искажением действительности?
11. Какие виды неправды, обмана и лжи Вы знаете?
12. Какие поведенческие, вербальные и невербальные признаки лжи Вы знаете?
13. В научной литературе обсуждаются как личностные, так и ситуативные детерминанты порождения лжи, назовите некоторые из них.
14. Известны три подхода к пониманию принципа правдивости, в чем их сущность, и в контексте какого из известных подходов находится ваша мировоззренческая позиция?
15. Насколько правомерно понятие «позитивный тип обманщика»?
16. Дифференцируйте понятия «обман», «ложь», «вранье» и приведите примеры.

ТЕМА 5. Основные коммуникативные техники

1. Слушать и слышать. Нереплексивное слушание.
2. Характеристика основных коммуникативных техник.
3. Психологическое воздействие и манипуляция в общении. Техники манипуляции.

Ключевые понятия: коммуникативные тактики и техники, нереплексивное (пассивное) слушание, рефлексивное слушание, эмпатическое слушание, открытый вопрос, закрытый вопрос, альтернативный вопрос, техника аргументации, техника контраргументации, активное видение, психологическое воздействие, манипуляция в общении, техники манипулирования

Основные теоретические аспекты темы:

Коммуникативные тактики и техники – совокупность приемов ведения беседы и линии поведения на определенном этапе в рамках отдельного разговора, это конкретные способы, умения выходить из сложных ситуаций межличностного общения, добиваться от собеседника нужного результата. Делятся с точки зрения доминирования коммуникативных навыков: умение разговаривать и умение слышать

Процесс слушания определяется наличием слуха как одного из базовых органов чувств, он часто не требует сознательных усилий и является необходимым условием успешной адаптации организма во внешней среде.

Способность слышать является условием социальной адаптации человека, которая связана с возможностью устанавливать и поддерживать межличностные отношения и, следовательно, ее можно рассматривать как важнейшее коммуникативное качество личности.

Слышать – означает стремиться понять и запомнить услышанное, что предполагает наличие целого комплекса умений, овладение которыми требует от индивида активности и сознательных усилий. В ходе этого процесса человек отбирает из всех звуковых сигналов те, которые отвечают его потребностям и интересам (чтение газет – аналогия, что-то мы слушаем поверхностно, что-то с большим напряжением).

Выделим факторы, которые способствуют тому, что мы, слушая, не слышим:

- Объем речи не позволяет одинаково воспринимать все устные сообщения: по некоторым данным 1/3 времени нашего бодрствования, т.е. 5 часов в день мы слушаем преподавателей, друзей, родителей, посторонних, радио, телевидение – невозможно на протяжении столь длительного времени поддерживать внимание в напряжении.
- Мы часто погружены в собственные проблемы и заботы, которые имеют для нас большую значимость, чем сообщения других людей.

- Внимательно слушать трудно в силу физиологических причин: мы думаем быстрее, чем говорим. Известно, что обычный человек способен воспринимать до 500 слов в минуту, а средняя скорость устной речи – от 125 до 150 слов в минуту. В результате образуется своего рода свободное время, которое слушатель заполняет обдумыванием своих проблем или начинает перебивать говорящего.

Существует типология «плохих слушателей»

1. **Псевдослушатель** – это человек, который притворяется, что он слушает (смотрит, кивает, произносит звуки, демонстрирует внимание, а на самом деле – он глухой). Причины такого поведения могут быть разными – собственные проблемы, отсутствие интереса, но результат один – процесса слышания не произошло.
2. **Самовлюбленный слушатель** – человек, который хочет, чтобы слушали только его, при этом он не имеет ни времени, ни желания слышать другого.
3. **Слушатель – сочинитель** – человек, который никогда не дослушивает собеседника до конца и, чтобы восполнить пропущенное или непонятое, придумывает события или реакции в соответствии с собственной логикой или собственным опытом.
4. **Слушатель-пчела.** Человек, который слушает только то, что интересно и важно ему самому, все остальное он пропускает, считая неважным или неправильным.
5. **Слушатель-жалю.** Человек, который только и ждет, чтобы собеседник допустил ошибку или оговорку, чтобы сказать ему об этом и говорить только об этом.

Для некоторых людей описанное поведение – типичный стиль общения, но мы периодически можем выступать в роли того или иного слушателя в зависимости от целого комплекса факторов.

Коммуникативные тактики и техники - совокупность приемов ведения беседы и линии поведения на определенном этапе в рамках отдельного разговора

Нерефлексивное (пассивное) слушание – это коммуникативное поведение, состоящее в умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника, это предоставление возможности высказаться собеседнику по поводу всех интересующих или значимых для него аспектов предполагаемого общения.

Рефлексивное (активное) слушание – это использование реципиентом техник обратной связи для представления коммуникатору информации о правильности понимания его целей, интересов и т.д.

Активное слушание предполагает: уточнение содержания; уточнение чувств, постановку вопросов.

Ситуации, в которых рефлексивное слушание эффективно

1. ситуация переговоров, когда собеседнику необходимо высказать свое отношение к чему-либо

2. проблемная, напряженная ситуация для одного из партнеров
3. эмоциональная ситуация, при которой собеседник испытывает трудности с выражением своих разнообразных переживаний.
4. ситуация статусной дифференциации, при которой статус одного из партнеров значительно отличается от статусной позиции другого.

Эмпатическое слушание - это скорее не самостоятельный прием, а цель, к которой нужно стремиться. Его суть не в овладении каким-то техническим правилом или даже множеством правил, а во внутреннем стремлении (установке) как можно глубже и полнее понимать собеседника. Эмпирический ответ – не изоциренная техническая уловка, а результат способности к эмпатии, «вчувствованию» в другого человека

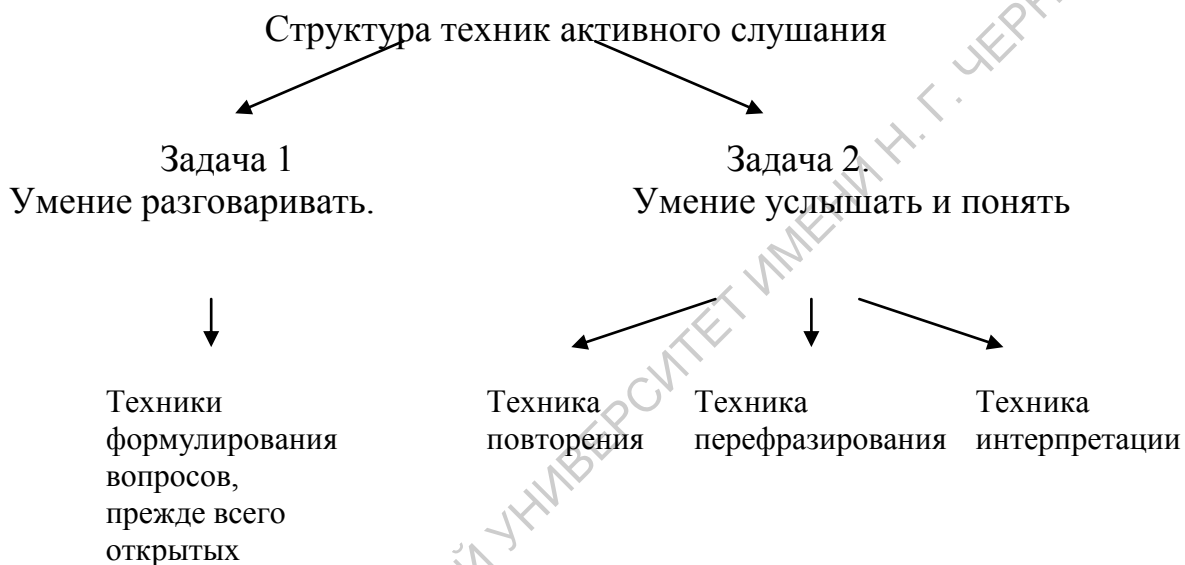


Рис.9. Структура техник активного слушания

Техника постановки вопросов предполагает использование открытых, закрытых и альтернативных вопросов.

Техника аргументации включает в себя: предъявление аргументов, их развертывание, метод положительных ответов, а также ссылка на авторитет, выделение деталей, инверсия, связка, поэтапное согласие, настаивание на своем, риторические вопросы, оценка, инсинуация, замалчивание ответа, введение нового аргумента (культурный пул убедительных аргументов за и против).

Техника контраргументации: «перелицовка» аргументов партнера, расчленение аргументов партнера, встречное развертывание аргументации (Сидоренко Е.В.)

Активное видение – это наблюдение за вербальным и невербальным поведением собеседника с целью определения его желания и готовности начать разговор.

Контроль обратной связи по невербальным каналам (динамика изменений с момента начала разговора)

Техника малого разговора – техника установления контакта, интересная, непринужденная и приятная беседа о семейных делах, хобби и

смешных событиях, эффективный способ расположения к себе собеседника, вызова его интереса, предваряющий дальнейшее обсуждение серьезных проблем.

Цель – создать благоприятную психологическую атмосферу, заложить основы взаимной симпатии и доверия.

Задачи техники малого разговора

1. Разговорить собеседника.
2. Показать пересечение интересов (хотя бы в жизненных мелочах) и совпадение мыслей.
3. Поднять настроение собеседнику, настроить на позитивный лад.
4. Самопрезентация.

Четыре приема, которые можно использовать в технике «Малого разговора» (Е.В.Сидоренко)

1. Цитирование партнера (или ссылка на сказанного раньше).
2. Позитивные констатации.
3. Информирование.
4. Интересный рассказ.

«Малый разговор» должен проходить в личной экспертной зоне собеседника, касаться приятных и интересных для него сторон жизни.

Техника «Конкретный комплимент» основана на комплименте как похвале, позитивной оценке в адрес чего-то конкретного, относящегося к партнеру по общению: детали одежды или интерьера, профессионального или личного достижения, обстоятельств или даже манеры поведения.

Техника «Как мне это может помочь?» – простая техника, которая настраивает собеседника на рациональный, прагматический тон в общении. Если собеседник ведет себя слишком настойчиво, ожидая и навязывая какое-то поведения (возможно, исходя из каких-то своих скрытых целей), то ему можно задать встречный вопрос: Как мне это может помочь?

Техника молчания. Смысл молчания может быть различным: признак сопротивления, признак самоанализа, выражение отчаяния и безысходности или, наоборот инсайта. Необходимо распознать психологический и символический смысл молчания и эффективно распорядиться им. Наиболее общие приемы реагирования в ситуации молчания: кивок, повторение последних слов (своих или собеседника), перефразировка последнего высказывания (своего или собеседника).

Техника «Прояснение» направлена на раскрытие смысла (мотивационного, целевого, операционального) для собеседников. Помогает отследить амбивалентность чувств и отношений, особенности используемых защитных механизмов, специфику мышления и т.д.

Техника «Интерпретация» – техника разъяснения (объяснения) скрытого смысла высказываний. Интерпретация может выражаться в утвердительной, пропозициональной или вопросительной форме. Одна из наиболее сложных и неоднозначных в оценке техник, интерпретация обладает чрезвычайно мощным терапевтическим потенциалом, помогая при правильном использовании справиться с беспокойством, осознать или смягчить психологические защиты. Наиболее продуктивный способ использования интерпретаций – предоставить клиенту возможность самому проинтерпретировать свои высказывания или поведение. Иногда интерпретация может выглядеть как “чтение между строк”.

Техника «Рефлексивная вербализация» относится к разновидностям вербализаций, назначение которых – усиление эмоционально-смыслового резонанса высказывания. Носит эмоциональный характер, что отличает рефлексивный парафраз от интерпретации. Содержание рефлексивной вербализации отражает не мотивационно-потребностный, а эмоционально-модальный пласт высказываний.

Психологическое воздействие – изменение психологических характеристик личности, групповых норм, общественного мнения или настроения за счет использования психологических и социально-психологических закономерностей.

Установки на взаимодействие в межличностных отношениях (Доценко Е.Л.):

доминирование
манипуляция
соперничество
партнерство
содружество

Манипуляция в общении – один из видов психологического воздействия, используемый для достижения одностороннего выигрыша.

Техники манипулирования:

- **Техника «нога в дверях» (Foot in the door technique)**— техника усиления уступчивости, когда сначала человека просят о небольшом одолжении, а затем предъявляют более значительную просьбу Freedman & Fraser.

Техника «нога в дверях» основывается на идее, что готовность ответить на просьбу, увеличивается тогда, когда некто, кто должен быть убежден, сначала выполняет предварительную маленькую просьбу.

Согласно результатам экспериментов для эффективности техники «нога в дверях» необходимо следующее:

- люди действительно удовлетворяют первую просьбу или могут осуществить требуемое действие;
- начальная просьба должна требовать немного больших или только минимальных усилий;

— вторая («собственно») просьба должна быть инсценирована как продолжение первой просьбы.

Кроме того, это техника менее эффективна, если:

— людей информируют о том, что совсем немного других людей удовлетворяли их первую просьбу;

— тот ли человек непосредственно при окончании первой просьбы выражает вторую, в которой речь идет о другом виде поведения;

— людям за выполнение первой просьбы/требования платят.

- **Техника «дверь в лицо» (Door-in-the-face-Technik** – при этой технике человека просят о том, чтобы он что-то сделал, но в начале требуют намного больше, чем хотят от него на самом деле
- **Техника «низкого мяча» (Low-ball-Technik)** При этой технике человека сначала подвигают к тому, чтобы он на что-то решился, например, на покупку определенной марки автомобиля. При окончании человек узнает, что обстоятельства «немного» изменились и автомобиль стоит уже дороже. Человек, — несмотря на увеличившиеся затраты, — останется при своем решении с большей вероятностью, чем если бы он сразу знал действительную цену интересующего его товара. Важно, чтобы разница между первоначальной и окончательной ценой при этом не была слишком велика. В противном случае у покупателя возникнет эффект отторжения. Техника «низкого мяча» отличается от техники «нога в дверях», поскольку настоящее поведение приводится в самом начале, дело только в затратах, которые покупателю становятся известны позже.



ALLDAY.RU

Вопросы для самопроверки:

1. Чем отличаются процессы слушать и слышать?
2. Каковы характеристики нерефлексивного и рефлексивного слушания?
3. В чем сущность техники эмпатийного слушания?
4. В чем суть техники «Малого разговора», и какие существуют типичные ошибки при ее проведении?
5. Какие риски возникают при использовании техники «Конкретный комплимент»?
6. Какая основная цель техники «Рефлексивная вербализация»?
7. Что такое коммуникативная манипуляция, и какие техники манипулирования Вы знаете. Приведите пример.
8. Что Вы можете сказать о конструктивных и неконструктивных видах влияния?

ТЕМА 6. Деловое общение как динамический процесс

1. Характеристика делового общения
2. Этапы и фазы делового общения.
3. Типичные ошибки общения, характерные для различных этапов.
4. Гарвардский метод Паттон Б. Фишер Р. Юри У. (метод принципиальных переговоров)

Ключевые понятия: деловое общение, фазы делового общения, подготовительная фаза, объективные и субъективные факторы, влияющие на коммуникацию, установление контакта, правило «трех плюсов», улыбка, комплимент, подчеркивание значимости собеседника, коммуникативная формула успеха, фаза взаимная ориентация, фаза аргументация и принятие решения, Я-стратегия, Ты-стратегия, Мы-стратегия, фаза завершение разговора, Гарвардский метод Паттон Б. Фишер Р. Юри У. (метод принципиальных переговоров)

Основные теоретические аспекты темы:

Деловое общение – процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели.

Деловое общение как форма коммуникационного взаимодействия основывается на принципах, нормах и правилах делового этикета и характеризуется направленностью на взаимоотношения с субъектами или группой субъектов для получения взаимовыгодных результатов.

Цель делового общения лежит за пределами процесса общения и направлена на решение определенной задачи (производственной, научной, коммерческой и т.д.), исходя из общих интересов и целей коммуникантов. Деловое общение — это коммуникативная предметно-целевая и по преимуществу профессиональная деятельность в сфере социально-правовых и экономических отношений (М. В. Колтунова 2005).

Деловое общение реализуется в различных формах:

- ✓ Деловая беседа;
- ✓ Деловая переписка
- ✓ Деловые переговоры;
- ✓ Деловые совещания;
- ✓ Публичные выступления.

Функции делового общения

1. **Информационно – коммуникативная функция** заключается в том, что все участники беседы или переговоров обмениваются друг с другом необходимой информацией. Чтобы каждому из

присутствующих постоянно следить за ходом разговора и «не выпадать» из темы, требуется большая концентрация внимания и заинтересованность.

2. **Интерактивная функция** состоит в необходимости правильно спланировать очередность действий между участниками делового общения.
3. **Перцептивная функция** выражает себя через восприятие одного собеседника другим в ходе делового общения.

Основные фазы (стадии) общения: подготовительная, стадия установления контакта, стадия взаимной ориентации, фаза аргументации, фаза завершения разговора

Подготовительная фаза. Основная цель: составить общий проект предстоящего разговора, при этом решаются следующие задачи:

1. сформулировать не только цель-максимум, но и цель-минимум, т.е. осознать и зафиксировать в качестве результата весь диапазон возможных решений от удовлетворительного до отличного;
2. определить мотивы своего поведения;
3. определить цели, мотивы и коммуникативные особенности поведения будущего собеседника;
4. подобрать аргументы и факты, определить логику доказательств;
5. продумать контраргументы, которые может выдвинуть собеседник;
6. найти область пересечения своих и собеседника интересов, смыслов и отношений;
7. определить зону компромисса.
8. оценить объективные и субъективные факторы и их влияние на ход диалога.

К объективным факторам относится:

- уровень нормативности предстоящего разговора, т.е. степень предписанности должностным или специальным этикетом норм и правил взаимоотношений и взаимодействий партнеров по диалогу;
- степень значимости обсуждаемого или принимаемого решения для организации, для собеседников, т.е. степень личной ответственности за последствия решений;
- пространственный фактор, т.е. диалог может происходить конфиденциально в кабинете, в зале, по телефону и т.д.
- временной фактор, т.е. наличие достаточного времени на подготовку и проведение собственного диалога;
- особенности окружающей обстановки (наличие посторонних, случайных людей);
- типичность, повторяемость обсуждаемых и решаемых вопросов;
- предыдущий опыт решения проблем и вопросов.

Субъективные факторы можно условно разделить на постоянные и переменные. К *постоянным* мы отнесем:

1. социально-демографические особенности собеседника (пол, возраст, стаж работы, образование);
2. индивидуально-психологические особенности собеседника (темперамент, характер, особенности психических процессов);
3. профессиональная квалификация и компетентность собеседника;
4. общий уровень интеллектуального и культурного развития, особенности мировоззрения, наличие морально-этических и прочих принципов;
5. индивидуальные особенности коммуникативного поведения.

К *переменным* факторам относится:

- соматическое, физическое состояние партнера по диалогу;
- эмоциональное состояние, настроение собеседника в данный момент;
- уровень личного или профессионального интереса к предмету беседы;
- степень осведомленности по обсуждаемым вопросам.

Типичные ошибки на подготовительной стадии:

- отсутствие планирование;
- отсутствие четко осознанной цели как наблюдаемого результата, после достижения которого диалог можно завершить;
- отсутствие учета интересов, целей и особенностей другой стороны;
- отсутствие зоны компромисса;
- отсутствие гибкой позиции (стремление выдержать план диалога)
- фундаментальная ошибка атрибуции.

2 фаза – установление контакта или контактная фаза. Цель заключается в том, чтобы создать такую атмосферу разговора, при которой у собеседника появится или сохранится желание вести разговор.

Существует правило трех плюсов (улыбка, комплимент, значимость).

Тактика поведения на фазе контакта заключается в следующем.

- Активное видение – это наблюдение за вербальным и невербальным поведением собеседника с целью определения его желаний и готовности начать разговор;
- Пассивное слушание – это предоставление возможности высказаться собеседнику по поводу всех интересных или значимых для него аспектов предполагаемого общения.
- Контроль обратной связи по невербальным каналам (динамика изменений с момента начала разговора)

- Синхронизация поведения – это подстраивание движения, темпа речи и эмоционального состояния коммуникатора к ритму поведения и эмоциональному состоянию реципиента.

Формула успеха коммуникации: «Я хотел бы с Вами посоветоваться...»

Типичные ошибки на фазе контакта:

1. Отсутствие контактной фазы как таковой. Большинство деловых бесед начинается с фазы аргументации.
2. Двойственное, противоречивое поведение коммуникатора. Заявленная позиция и цель не соответствует тому, что реально говорится и делается. Это настораживает собеседника, делает его недоверчивым и скрытным.

Игнорирование актуального состояния и интересов собеседника, что автоматически переводит диалог на стратегию принуждения и давления.

3 фаза взаимной ориентации. Цель: понять интересы, мотивы и отношения собеседника и информировать его о своих интенциях и интересах.

Тактика поведения заключается в следующем:

- Пассивное слушание – коммуникативное поведение, связанное с желанием выслушать коммуникатора.
- Активное слушание – к п, связанное с использованием реципиентом техник обратной связи для представления информации о правильности понимания. Среди коммуникативных техник выделяют утверждение, вербализация, интерпретация, вопрос и пауза
- Активное видение – наблюдение за невербальным поведением
- Контроль обратной связи по вербальным и невербальным каналам с целью определения противоречивости или конгруэнтности поведения собеседника.

Типичные ошибки на фазе взаимной ориентации:

1. Отсутствие фазы ориентации как таковой, т.е. отсутствие у человека установки на понимание интересов и состояний собеседника.
2. Отсутствие умения слышать, а не только слушать
3. Отсутствие желания понять и принять собеседника.
4. Негативная оценка высказанного
5. Преждевременный переход к следующей фазе.

4 фаза аргументации или принятия решения.

Основная цель фазы аргументации – это убеждение собеседника в принятии нужного решения или совершении требуемого действия.

«Я» - стратегия связана с вербализацией и доказательством своей точки зрения, чтобы убедить партнера в своей правоте. Для этого используются такие техники аргументации как ссылка на авторитет, настаивание на своем, риторические вопросы, инсинуации, оценка.

«Ты» - стратегия подразумевает выслушивание собеседника для того, чтобы разбить его позицию и логику доказательства. Техники аргументации: ссылка на авторитет, выделение деталей, инверсия, замалчивание ответа, закрытые и риторические вопросы, оценка.

«Мы» - стратегия основывается на желании понять партнера и возможности прийти к наилучшему решению. Техники аргументации: ссылка на авторитет, выделение деталей, инверсия, связка, поэтапное согласие.

Типичные ошибки на фазе аргументации в большей степени относятся к логике собеседников.

- Ошибочен сам тезис или неадекватна позиция человека.
- Часто люди не различают и смешивают спор из-за тезиса, спор из-за позиции и спор из-за доказательств.
- Ошибочна логическая связь между тезисом, позицией и приведенным доказательством.
- В процессе дискуссии происходит отступление или подмена тезиса или первоначально заявленной позиции;
- Стремление обсудить сразу несколько тезисов и позиций.

5 фаза завершения разговора. Цель: обеспечение хорошего, делового контакта с партнером на будущее, поскольку завершение разговора не означает завершение взаимодействия, поэтому важно, чтобы у партнеров осталось убеждение, что каждый сделал все от него зависящее.

Типичные ошибки на фазе завершения разговора:

- отсутствие фазы завершения и невозможность коррекции неэффективных аспектов своего поведения.
- большинство людей демонстрируют обратную связь лишь в случае неблагоприятного для них исхода.
- недооценка людьми положительного значения для человека снятия посредством проговаривания вслух сохранившейся у него неопределенности, снижение возникшей эмоциональной напряженности и осознания негативных аспектов прошедшего разговора.

Гарвардский метод Паттон Б., Фишер Р., Юри У. (метод принципиальных переговоров)

Наиболее эффективный метод ведения переговоров, который учит воспринимать оппонентов как соучастников решения проблемы, а не как собственных врагов. Авторы считают, что любой метод переговоров можно оценить по трем критериям: 1) переговоры должны привести к разумному соглашению, если таковое возможно; 2) переговоры должны быть эффективными; 3) они должны улучшить, но уж ни в коем случае не испортить отношения между сторонами.

Гарвардский метод состоит в том, что партнеры не торгуются по поводу того, на что может пойти или не пойти та или иная сторона, а исходят из сути дела и стремятся найти взаимовыгодные решения, где это возможно, а там, где их интересы не совпадают, добиваются такого результата, который был бы обоснован справедливыми нормами, независимо от воли каждой из сторон. Главное в переговорах — принятие удовлетворяющего все стороны решения проблемы, основанного на партнерских взаимоотношениях равноправных субъектов. Отсюда и иное поведение на переговорах (в отличие от позиционного метода): значительно большая степень открытости, нет начального завышения требований. Для того чтобы переговоры были более эффективными, приглашаются эксперты, наблюдатели, посредники.

Мягкий подход	Жесткий подход
Участники — друзья	Участники — противники
Цель — соглашение	Цель — победа
Делать уступки	Требовать уступок
Придерживаться мягкого курса	Придерживаться жесткого курса
Доверять другим	Не доверять другим
Легко менять свою позицию	Твердо придерживаться своей позиции
Делать предложения	Угрожать
Допускать односторонние потери ради соглашения	Требовать односторонних дивидендов в качестве платы за соглашение
Настаивать на соглашении	Настаивать на своей позиции
Поддаваться давлению	Применять давление

Метод принципиальных торгов является жестким подходом к рассмотрению существа дела, но предусматривает взаимопонимание между участниками. Пользуясь этим методом, можно достичь того, что партнерам принадлежит по праву. Метод принципиальных переговоров может быть сведен к реализации четырех условий.

Первое условие: сделайте разграничение между участниками переговоров и предметом переговоров, т.е. не рассматривайте их и предмет обсуждения как один и тот же фактор. Иначе возникнут необоснованные обвинения и обиды. Необходимо поставить себя на место партнеров и постараться увидеть проблему их глазами. Не принимайте свои опасения за намерения другой стороны. Никогда не обвиняйте своих партнеров, даже когда они этого заслуживают. Внимательно слушайте и показывайте, что вы услышали сказанное. Говорите о себе, а не о ваших партнерах.

Второе условие: сосредоточьтесь на интересах, а не на позициях. Цель переговоров — удовлетворение интересов сторон, поэтому, чтобы достичь соглашения, необходимо примирить интересы, а не позиции. Необходимо объяснить другой стороне свои интересы и, в свою очередь, понять и признать ее.

Третье условие: разработайте взаимовыгодные варианты, которые учитывали бы ваши интересы и примирили бы несовпадающие позиции. Для создания творческого подхода необходимо воспользоваться следующими рекомендациями:

- отделяйте этап поиска вариантов от этапа оценки;
- расширяйте круг вариантов, вместо того чтобы искать единственный ответ;
- ищите взаимную выгоду;
- предлагайте такие варианты, чтобы другой стороне было легче принять решение.

Четвертое условие: настаивайте на том, чтобы результат переговоров основывался на объективной оценке или на использовании объективных критериев. Объективными критериями в коммерческих переговорах могут выступать, например, устоявшиеся рыночные цены, имеющиеся прецеденты и т.д.

1. Говорить об интересах, а не о позициях.
2. Не переходить на личность.
3. Обсуждать как можно больше альтернатив.
4. Использовать объективные критерии.



Вопросы для самопроверки:

1. Назовите основные стадии делового общения и определите цели, которые должны быть реализованы на каждой из этих стадий.
2. Что относится к числу объективных факторов, влияющих на ход диалога? Приведите примеры.
3. Что означает определить зону компромисса на подготовительной стадии?
4. Укажите типичные ошибки на контактной стадии?
5. Охарактеризуйте «Я», «Ты» и «Мы» стратегии.
6. Что означают ошибки в тезисах при споре?
7. В чем состоит специфика спора при слушателях?
8. Назовите формулу успеха коммуникации.
9. О каких психологических плюсах идет речь в Правиле трех плюсов?
10. Почему так важна стадия завершения разговора?
11. Назовите основные принципы Гарвардского метода.

ТЕМА 7. Эффективная коммуникация

1. Характеристика эффективной коммуникации.
2. Техника понимающего общения (установки, правила и приемы).
3. Синхронизация поведения. Понятие о раппорте.
4. Техника директивного общения (установки, приемы).
5. Поддерживающая коммуникация
6. Убеждающая коммуникация

Ключевые понятия: эффективность общения, техника понимающего общения, установка на рефлексивное реагирование, правила понимающего реагирования, приемы эмпативного реагирования, установка принятия личности партнера, установка на конгруэнтность, синхронизация поведения, содержательный раппорт, ритмический раппорт, структурный раппорт, техника директивного общения.

Основные теоретические аспекты темы:

Эффективность общения характеризуется параметрами, отражающими умение и навыки человека в использовании двух техник общения: техники понимающего общения и техники директивного общения.

Параметрами **неэффективности практического общения** являются склонности и привычки человека использовать так называемые принижающее - уступчивые и защитно-агрессивные формы поведения, как неадекватные заместители понимающего и директивного общения.

Техника понимающего общения - это ориентация субъекта общения на внутреннюю систему ценностей, оценок, мотивов и проблем самого партнера, а не на свою собственную, это совокупность установок субъекта общения, правил и конкретных приемов реагирования, направленных на понимание партнера и его проблем, установление психологического контакта, изучение его личностных особенностей, на выяснение его точки зрения по обсуждаемой проблеме.

Существенными условиями для создания климата доверия являются следующие установки субъекта общения на взаимодействие с партнером:

- установка на понимающее не оценочное реагирование;
- установка на положительное принятие личности собеседника;
- установка на согласованность (конгруэнтность) собственного поведения при взаимодействии с ним.

Установка на понимающее (рефлексивное, эмпатическое) реагирование означает наше осознанное стремление реагировать на высказывания и эмоциональные состояния партнера безо всяких оценок, стремясь понять их его собственными глазами.

Правила понимающего реагирования:

- больше слушайте, меньше говорите сами, «следуйте» за высказываниями и эмоциями партнера;
- воздерживайтесь от своих оценок, меньше задавайте вопросов, не «подталкивайте» партнера к обсуждению тех вопросов, о которых ему «следует» говорить с вашей точки зрения;
- стремитесь прежде всего реагировать на личностно значимую информацию, сильнее всего связанную с потребностями и интересами партнера;
- стремитесь реагировать на чувства и эмоциональные состояния собеседника.

Табл. №3

Избирательный процесс слушания и реагирования при использовании техники понимающего общения

Ориентация в процессе беседы	Виды информации в высказываниях партнера, на которые можно реагировать	Типы реагирования	Аспекты содержания информации, на которые можно реагировать	Типы эмоциональных состояний, на которые можно реагировать
Слушать и реагировать со своей точки зрения	События, явления, теории, идеи и т.д.	«Подталкивание» партнера (дать совет, рекомендацию, высказать мнение, оценку и т.д.)	Рациональный аспект (содержание высказывания)	Положительные чувства
Слушать и реагировать с точки зрения собеседника	Другие люди, группы людей	Реагировать на сказанное партнером, принимая и проясняя его мысли и чувства (без оценивания)	Скрытые чувства	Противоречивые чувства
	То, что партнер говорит о себе и с кем он близок		Чувства, выраженные объективно открыто	Отрицательные чувства

Установка принятия личности партнера — это готовность проявлять к партнеру безусловно положительное уважение, независимо от его достоинств и недостатков.

Установка на согласованность своего поведения в содержательном плане означает в определенном смысле правдивость и открытость своего поведения в общении с партнером.

Синхронизация поведения — это нахождение взаимного соответствия движений, темпа речи и эмоционального состояния коммуникатора и ритма поведения и эмоционального состояния реципиента.

Содержательный раппорт предполагает словесное согласие собеседников.

Эмоциональный или ритмический раппорт основан на совпадении эмоциональных состояний партнеров.

Структурный раппорт связан с совпадением основных мотивов и ценностей собеседников.

Техника директивного общения – это совокупность установок субъекта общения, правил и конкретных приемов реагирования, направленных на оказание прямого психологического воздействия на партнера для достижения своих целей. Техника директивного общения ориентирована на то, чтобы преодолевать защитно-агрессивные навыки и привычки и достигать свои цели во взаимодействии с людьми с большей эффективностью и с меньшими психологическими и иными издержками.

В основе директивной техники лежат следующие **установки**:

- установка на открытое, прямое и ясное выражение своих позиций, намерений и целей;
- установка на открытое, активное поведение и действия по достижению своих целей;
- установка на прямой и открытый отказ выполнять действия, которые не будут служить вашим интересам;
- установка на эффективную и решительную защиту себя от агрессивного поведения партнера;
- установка на достижение своих целей с учетом интересов и целей партнера.

Правила эффективной коммуникации:

Говорите всегда о себе, а не о ком-то другом

Четко указывайте свою атрибуцию

Поддерживайте невербальный контакт

Будьте гибки

Описывайте, а не оценивайте

Будьте прямы в общении

Будьте готовы экспериментировать с ситуациями общения

Не будьте нейтральны

Большинство социальных навыков, необходимых для эффективной коммуникации имеют отношение к невербальному поведению:

- Контроль социальной дистанции
- Контроль выражения лица (например, «несчастное выражение лица» - проявление дефицита социального навыка);
- Контроль позы
- Поддержание контакта глаз
- Контроль тона и громкости голоса
- Объем речи (если человек слишком мало говорит – это дефицит навыка, так же как если он слишком много говорит)
- Понимание социальных сигналов других людей, таких как тон голоса, выражение лица и др.

Поддерживающая коммуникация – это не просто техника создания впечатления хорошего человека, но и способ обеспечения конкурентных преимуществ

Поддерживающая коммуникация - это сложный системный процесс, который имеет восемь атрибутов:

1. Ориентация на проблему, а не на личность. Фокус на проблемах или результатах, но не на личностях и их характеристиках.

Пример: «Как мы сможем решить эту проблему?», но НЕ «Потому что вся проблема в вас самих».

2. Конгруэнтность, а не ее отсутствие. Фокус на правдивости сообщений, вербальная форма которых адекватна мыслям и чувствам (соответствие слов истинным чувствам и мыслям).

Пример: «Ваше поведение меня огорчает», но НЕ «Вам кажется, что я огорчен? Нет, все прекрасно».

3. Описание, а не оценка. Фокус внимания на описании объективных фактов, событий, реакции на них, а также на представлении альтернатив.

Пример: «Произошло то-то и то-то; моя реакция такова; предполагается, что наиболее приемлемым будет...», но НЕ «Вы все сделали неправильно».

4. Возвышение, а не унижение. Фокус на тех высказываниях, которые способствуют установлению атмосферы взаимного уважения и сотрудничества, гибкости и выявлению области согласия.

Пример: «У меня есть кое-какие идеи, но нет ли у вас каких-либо предложений?», но НЕ «Вы все равно не поймете, так что мы сделаем по-моему».

5. Конкретизация, а не обобщения. Фокус на конкретной ситуации или проблеме, а не на проблемах общего характера.

Пример: «За время собрания вы перебили меня трижды», но НЕ «Вы всегда пытаетесь привлечь к себе внимание».

6. Связность, а не бессвязность. Фокус на высказываниях, вытекающих из того, что было сказано ранее, и направленных на установление отношений взаимопомощи.

Пример: «Исходя из того что было сказано вами, я сформулирую другую точку зрения», но НЕ «Я хочу сказать следующее (вне зависимости от того, что вы только что сказали)».

7. Авторство, а не безличность. Фокус на принятии ответственности за свои собственные утверждения путем использования местоимения «Я».

Пример: «Я решил отклонить ваше предложение, поскольку...», но НЕ «Идея неплохая, но она не может быть одобрена».

8. Рефлексивное, а не одностороннее слушание. Фокус на проявлении всевозможных адекватных (прежде всего рефлексивных) реакций.

Пример: «Как вы полагаете, что может нам помешать?», но НЕ «Как я сказал ранее, вы совершили слишком много ошибок. Так дальше дело не пойдет».

Убеждающая коммуникация – общение, результатом которого является изменение представлений и аттитюдов адресата в соответствии с информацией, переданной коммуникатором

Модель К.Ховланда

- В роли стимула выступают параметры сообщения, характеристики канала его передачи и особенности коммуникатора
- Реакцией является степень изменения аттитюдов и поведения

В основе процесса убеждения лежит механизм контр-аргументации. Контр-аргументация – внутренний спор, может привести к разным последствиям

Задачи коммуникатора:

- 1) составление яркого и понятного сообщения;
- 2) сокращение количества времени на контр-аргументацию

Способы сопротивления убеждающему воздействию

- Контр-аргументация
- Защита прежних аттитюдов
- Игнорирование сообщения и его обсуждения
- Дискредитация коммуникатора
- Эмоциональная реакция на сообщение
- Доверие к себе
- Апелляция к мнению других

Стадии процесса убеждения:

- Внимание
- Понимание
- Принятие
- Запоминание

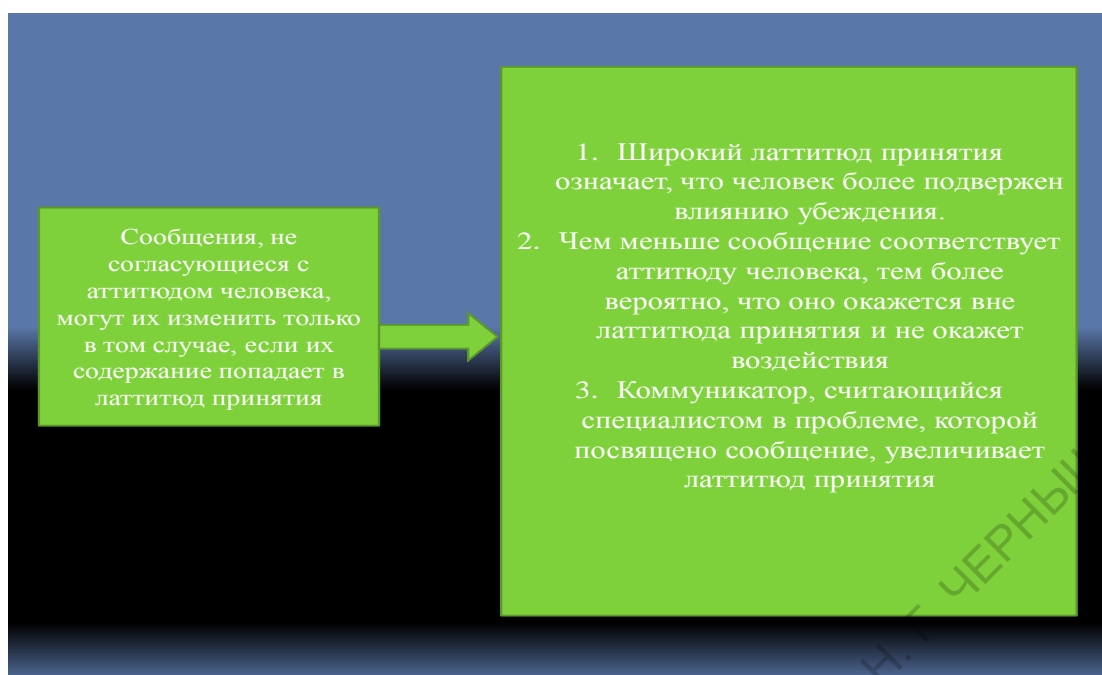
Модель социальной оценки М.Шерифа и К.Хофланда

Аттитюд как определенная позиция человека по обсуждаемой проблеме

Латтитюд – континуум позиций, который может быть разделен на три группы:

- Латтитюд принятия
- Латтитюд безразличия
- Латтитюд отвержения

Реакция людей на сообщение зависит как от их собственных позиций (аттитюдов), так и от тех, которые приемлемы для них (латтитюды принятия)



Когнитивный подход к процессу убеждения: эффективность убеждающей коммуникации основывается на познавательной активности реципиента

Вероятностная модель анализа информации Р.Петти и Дж.Качоппо

- Два способа анализа: центральный (анализ содержания) и периферический (анализ формы)
- При анализе информации может быть использована только одна из стратегий

Эвристико-систематическая модель Ш.Чейкен

Два способа анализа:

- систематический предполагает контроль сознания и приводит к стойкому изменению аттитюдов
- эвристический
- Использование одного из способов не блокирует использование другого.

Факторы, влияющие на выбор способа анализа убеждающего сообщения

- эмоционально-мотивационные особенности реципиента (мотивация, самооценка, потребность в осмыслении информации, потребность в определенности, степень заинтересованности в решении проблемы, соответствие ценностям и потребностям, состояние человека);
- когнитивные особенности реципиента (способности и знания, когнитивные ресурсы, рефлексия, амбивалентность аттитюдов, возраст);

- особенности коммуникатора (принадлежность к большинству или меньшинству, групповая принадлежность коммуникатора, отношение коммуникатора к реципиенту)
- особенности сообщения (распространенность обсуждаемой информации, противоречивость эвристической информации, доступность и надежность эвристик, образность и яркость сообщений)

Концепция ненасильственного общения М.Розенберг

- Насильственное общение характеризуют следующие способы воздействия на собеседника: требования, запреты, оценки деятельности и поведения, критика/похвала, наказание/поощрение, сравнение, советы, нотации, нравоучения.
- Ненасильственное общение является методом коммуникации и разрешения конфликтов, цель которого - осмысление, принятие во внимание и проработка желаний всех участников общения для обеспечения благополучного разрешения конфликтов, возникающих между ними.
- «Язык жирафа» и «язык волка»

Ненасильственное общение предполагает

- Наблюдение без оценивания
- Идентификация и выражение чувств
- Взятие ответственности за свои чувства
- Свободная от требований просьба

Необходимые условия ННО: умение четко выражать себя (я-сообщение); эмпатическое понимание собеседника;



Вопросы для самопроверки:

1. Какую коммуникацию можно считать эффективной?
2. Каковы правила и установки техники понимающего общения?
3. Какие навыки необходимы для эффективной коммуникации?
4. Что такое раппорт, и какие виды раппортов Вы знаете?
5. Во время проведения переговоров о чем может свидетельствовать синхронизация поз?
6. Назовите установки и приемы техники директивного общения.
7. Назовите основные атрибуты поддерживающей коммуникации.
8. Что означает термин «насилиственное общение»?
9. Чем отличается латтитюд от аттитюда?
10. Перечислите модели убеждающей коммуникации.
11. В чем сущность когнитивного подхода к процессу убеждения?
12. Назовите стадии процесса убеждения.