

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И КАДРОВ

**Учреждение образования
«БЕЛОРУССКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»**

Н. С. Шатравко, Т. А. Захаренко

ПСИХОЛОГИЯ МЕЖЛИЧНОСТ- НЫХ ОТНОШЕНИЙ

Курс лекций для студентов УО «БГСХА» всех специальностей

**Горки
БГСХА
2013**

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И КАДРОВ

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

Н. С. Шатравко, Т. А. Захаренко

ПСИХОЛОГИЯ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Курс лекций для студентов УО «БГСХА» всех специальностей

Горки
БГСХА
2013

УДК 37.015.324:316.47(075.8)

ББК 88я7

Ш29

*Рекомендовано Советом по гуманитаризации образования
и воспитания*

Протокол № 6 от 20. 05 .2013 г.

и Научно-методическим советом БГСХА

Протокол № 9 от 22.05.2013 г.

Авторы:

кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой

Н. С. Шатравко;

старший преподаватель *Т. А. Захаренко*

Рецензенты:

кандидат исторических наук, доцент УО «БГСХА» *Г. А. Гусарова;*

кандидат педагогических наук, доцент

УО «МГУ им. А. А. Кулешова» *Е. И. Снопкова*

Шатравко, Н. С.

Ш29 Психология межличностных отношений : курс лекций /
Н. С. Шатравко. – Горки : БГСХА, 2013. – 122 с.

Изложены теоретические положения курса «Психология межличностных отношений». Лекции разработаны с учетом практической значимости материала для профессиональной деятельности специалистов.

Для студентов УО «БГСХА» всех специальностей.

УДК 37.015.324:316.47(075.8)

ББК 88я7

© УО «Белорусская государственная
сельскохозяйственная академия», 2013

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В соответствии с Концепцией оптимизации содержания, структуры и объема социально-гуманитарных дисциплин в учреждениях высшего образования учебный курс «Психология межличностных отношений» является специализированным модулем по выбору обучающихся.

Актуальность и необходимость изучения курса «Психология межличностных отношений» определяется повышением требований к уровню психолого-педагогического образования специалиста, его психологической культуре, умению выстраивать эффективные отношения в профессиональной, личной и деловой сферах общения.

Воспитательная функция дисциплины «Психология межличностных отношений» направлена на формирование у будущих специалистов способностей к сотрудничеству, эффективному взаимодействию с другими людьми, развитию собственного творческого потенциала.

Целью освоения дисциплины «Психология межличностных отношений» является формирование у студентов психолого-педагогических компетенций, обеспечивающих эффективное решение профессиональных и социально-личностных проблем, продуктивное выполнение разнообразных социально-профессиональных задач, включая педагогические, психологические, управленческие, коммуникативные, акмеологические.

Освоение студентами знаний по психологии межличностных отношений обеспечит успешность решения многих профессионально-социальных проблем по выстраиванию конструктивных отношений с коллегами по работе, деловыми партнерами, умению разрешать конфликтные ситуации, достигать успеха в профессиональной деятельности и т. д.

Всего на изучение дисциплины «Психология межличностных отношений» отводится **34 аудиторных часа** из них 16 часов лекционных и 18 часов семинарских занятий. Форма контроля знаний – зачет.

Курс лекций разработан с учетом практической значимости материала для будущей профессиональной деятельности специалистов. В связи с чем особое внимание в теоретической части уделено правилам эффективной коммуникации, проблемам межличностного взаимодействия в малых группах, психологическим особенностям делового общения, приемам и способам урегулирования конфликтных ситуаций. Изучение общения невозможно без познания личности, поэтому особое внимание уделяется взаимосвязи общения с процессами развития личности и выработки индивидуального стиля общения.



Л е к ц и я 1. МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И ОБЩЕНИЕ

1. Общение как фундаментальная категория психологической науки.
2. Понятие общения. Общение и деятельность. Общение и коммуникация.
3. Виды потребностей в общении.
4. Виды, формы и цели общения.
5. Функции и этапы общения.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. А р х и п о в а, В. Ф. Психология межличностных отношений: учеб. пособие / В. Ф. Архипова, А. В. Голумидова. – Владимир: Изд-во Владимир. гос. ун-та, 2005.
2. Б о р о з д и н а, Г. В. Основы психологии и педагогики / Г. В. Бороздина. – Минск: Изд-во Гревцова, 2009.
3. Г о р я н и н а, В. А. Психология общения: учеб. пособие / В. А. Горянина. – М.: Академия, 2002.
4. С т а н к и н, М. И. Психология общения: курс лекций / М. И. Станкин. – М.: Изд-во Московского психолого-социального института, 2003.

1.1. Общение как фундаментальная категория психологической науки

Без общения как без воздуха человек не может существовать. Общение дает человеку возможность раскрыть свои чувства, переживания, рассказать о радостях и горестях, о взлетах и падениях.

Общение для человека – его среда обитания. Без общения невозможно формирование личности человека, его воспитание, развитие интеллекта. На первый взгляд кажется, что содержание понятия «общение» всем понятно и не требует особых разъяснений. А между тем общение – это очень сложный процесс взаимодействия людей. Проблемами общения занимаются представители разных наук.

Общение является важнейшей категорией психологической науки. Общение – одна из универсальных форм активности личности (наряду с познанием, трудом, игрой).

Концептуальные основы разработки проблемы общения связаны с трудами В. М. Бехтерева, Л. С. Выготского, А. Н. Леонтьева, С. Л. Рубинштейна, М. М. Бахтина и других психологов, которые рассматривали общение как важное условие психического развития человека, его социализации и индивидуализации, формирования личности. Психологи относят потребность в общении к числу важнейших условий формирования личности. В связи с этим потребность в общении рассматривается как следствие взаимодействия личности и социокультурной среды.

Общение – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятия и понимания другого человека.

Общение – сложный и весьма многогранный процесс. Б. Д. Парыгин отметил, что этот процесс может выступать в одно и то же время и как процесс взаимодействия людей, как информационный процесс, как отношение людей друг к другу, как процесс их взаимного влияния друг на друга, как процесс их взаимного переживания и взаимного понимания друг друга. Определение Б. Д. Парыгина ориентирует на системное понимание сущности общения, его многофункциональность и деятельностную природу.

И действительно, понять общение только в одном аспекте практически невозможно.

Социологическая концепция общения формирует методологию понимания места и роли социальных институтов общества в организации общения как важного механизма социального управления.

Психологический подход определяет общение как специфическую форму деятельности и как самостоятельный процесс взаимодействия, необходимый для реализации других видов деятельности личности. Психологический анализ общения раскрывает механизмы его существования. Общение выдвигается как важнейшая социальная потребность, вне реализации которой замедляются, тормозятся, а иногда и деформируются социальное бытие личности, ее взаимоотношения с обществом. Психологи относят потребность в общении к числу важнейших факторов, определяющих личностный смысл в формировании личности. В связи с этим психология рассматривает потребности в общении как процесс взаимодействия личности и социокультурной среды. Причем последняя служит одновременно и источником формирования данной потребности.

В философской литературе проблему общения исследует ряд ученых. Б. Д. Парыгин считает, что «общение является необходимым условием существования и социализации личности». Л. П. Буева отмечает, что благодаря общению человек усваивает формы поведения. М. С. Каган рассматривает общение как «коммуникативный вид деятельности», выражающий практическую активность субъекта».

В. С. Коробейников определяет общение как «взаимодействие субъектов, обладающих определенными социальными характеристиками». «С философской точки зрения, – пишет В. М. Соковин, – общение – это возникшая на определенной ступени развития жизни форма передачи информации, включенная в трудовую деятельность и являющаяся ее необходимой стороной. Это также форма общественных отношений и социальная форма общественного сознания».

Анализируя современную литературу, можно выделить следующие аспекты изучения общения:

1) информационно-коммуникативный (общение рассматривается как вид личностной коммуникации, в процессе которой осуществляется обмен информацией);

2) интеракционный (общение анализируется как взаимодействие индивидов в процессе кооперации);

3) гносеологический (человек выступает как субъект и объект социального познания);

4) аксиологический (изучение общения как процесса обмена ценностями);

5) нормативный (выявляющий место и роль общения в процессе нормативного регулирования поведения индивидов, а также процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании, реального функционирования стереотипов поведения);

б) семиотический (общение выступает как специфическая знаковая система, с одной стороны, и посредник в функционировании различных знаковых систем – с другой);

7) социально-практический (праксиологический) аспект общения, где процесс рассматривается в качестве обмена деятельностью, способностями, умениями и навыками.

Исходя из того, что общение существует как полисистема, его формирующая функция осуществляется через приобретение личностью социокультурных ценностей и реализацию себя как творческой, уникальной индивидуальности в процессе социального взаимодействия с другими людьми.

Определение общения осложняется наличием нескольких подходов к толкованию самого понятия «общение». Некоторые авторы рассматривают общение как социально- и личностно-ориентированный процесс. В нем не только реализуются личностные отношения, но и проявляются установки на социальные нормы.

Процесс общения обосновывается часто как процесс передачи нормативных ценностей. В этом просматривается объяснение термина «общение» как «социального процесса, через который общество влияет на индивида». Если соединить два положения, то можно увидеть, что в них общение выступает как коммуникативно-регулятивный процесс, через который не только передается сумма социальных ценностей, но и регулируется процесс их усвоения всей социальной системой.

А. А. Бодалев предлагает рассматривать общение как «взаимодействие людей, содержанием которого является обмен информацией с помощью различных средств коммуникации для установления взаимоотношений между людьми».

Общение представляет важнейшую жизненную потребность человека, удовлетворение которой обеспечивает его индивидуальное существование и развитие (формирование личности). По мнению многих исследователей, поведение, деятельность и отношение ребенка к миру и самому себе в значительной степени определяется его общением со взрослым: «с кем поведешься – от того и наберешься». Постепенно внешние формы взаимодействия ребенка и взрослого трансформируются во внутренние психические функции и процессы, а также в самостоятельную произвольную внешнюю деятельность ребенка.

Жизненно важное значение общения ярко проявляется в следующем примере. В 30-х гг. XX в. в США был проведен эксперимент в двух клиниках, в которых находились дети с трудноизлечимыми заболеваниями. Условия в обеих клиниках были сопоставимыми: квалифи-

цированный персонал, внимательный уход, адекватное медикаментозное лечение. Различие состояло лишь в том, что в одной больнице родственников к малышам не пускали – опасались инфекции, а в другой – пошли на нарушение предписаний и в определенные часы пускали в специально отведенную для встреч комнату. В этой комнате они могли немного пообщаться или поиграть с ребенком. Через несколько месяцев сравнили показатели эффективности лечения. В первой клинике коэффициент смертности приблизился к одной трети, а во второй – за это время не умер ни один ребенок! Детям в прямом смысле слова помогло выжить общение с близкими и дорогими людьми. Общение может, как мы видим, служить и лекарством, и профилактическим средством, поддерживающим иммунитет, сохраняющим жизненные силы.

Роль общения в формировании личности ребенка, превращении его из представителя вида «человек» в человека разумного хорошо иллюстрируют классические примеры, касающиеся детей-«маугли». Ребенок, выращенный животными, вне общества, вне символической квазиреальности не становится человеком в полном смысле этого слова.

Общение играет психотерапевтическую подтверждающую роль в жизни человека любого возраста. Постоянная потребность человека в подтверждении своего «я» со стороны окружающих делает человеческое общение чем-то существенно большим, нежели простой информационный обмен, минимально необходимый для самозащиты и выживания.

Еще в начале XX в. английский философ, психолог и педагог У. Джеймс говорил, что для человека нет более страшного наказания, чем находиться в обществе и быть не замечаемым другими людьми. Насмешка, осуждение, неприятие – все эти формы социального наказания болезненны, невыносимы. Наказание психологическим неподтверждением не просто тяжело переносится – оно разрушительно для личности. Другой человек (особенно социально значимый – родственник, знакомый) играет в нашей жизни огромную роль: через подтверждение или неподтверждение нашего психологического существования он управляет нашей самооценкой, эмоциональным самочувствием и даже психическим здоровьем. В качестве примера достаточно вспомнить самое жестокое наказание, придуманное подростковой группой для тех, кто смеет быть не как все. Это не оскорбления. Это бойкот. Бойкот будит в подростке-жертве самые дремучие силы страха и унижения, подвергает его психику, его самолюбие огромному часто просто невыносимому испытанию.

Культура преобладающего большинства современных народов

предполагает существование обязательного минимума подтверждений. Этот минимум заложен в языке, закреплён писаными и неписаными правилами хорошего тона и морального поведения. «How do you do?», «Bon jour», «Здравствуйте!» – все эти речевые формулы-приветствия различных народов несут в себе психологический, подтверждающий смысл, суть которого в следующем: «Ты существуешь для меня, ты мне не безразличен, я интересуюсь тобой и желаю тебе добра». Тот же важный смысл вкладывается в элементарные нормы взаимоотношений, которые в нашей культуре именуется воспитанностью: увидев знакомого человека, надо оказать ему некоторый знак внимания – кивнуть, улыбнуться, прикоснуться. Даже если вы по пятнадцать раз в день сталкиваетесь с ним в служебных коридорах, надо сделать нечто указывающее: ты для меня существуешь.

Общение людей всегда социально в том смысле, что оно в той или иной степени определяется особенностями того общества, в котором осуществляется. Вместе с тем термин межличностное общение подчеркивает его эмоциональный характер, ценностное сходство партнеров и ограниченную значимость социальных рангов и ролей. Вступая в межличностное общение, люди ориентированы на свои внутренние цели и ценности. Их отношение к партнеру формируется здесь и сейчас, в ходе контакта на основе демонстрируемого им поведения и взглядов. Само содержание общения, его формы могут гибко меняться и приспособляться к тому образу партнера, который формируется в процессе контакта. Общение будет стремиться к продолжению, если формирует у партнеров взаимную симпатию.

1.2. Понятие общения. Общение и деятельность. Общение и коммуникация

Потребность в общении – одна из важнейших потребностей человека. Психологи относят потребность в общении к числу важнейших условий формирования личности. В связи с этим потребность в общении рассматривается как следствие взаимодействия личности и социокультурной среды. В современной психологии общение часто рассматривается как синоним понятия «взаимодействие», которое используется для характеристики всего многообразия природных и социальных явлений.

Общение представляет собой сложное полифункциональное явление, в основе которого лежит обмен деятельностью и ее результатами, а также информацией, опытом, умениями и навыками.

Общение – это информационное и предметное взаимодействие, в процессе которого реализуются, проявляются и формируются межличностные взаимоотношения.

В отечественной психологии принимается идея единства общения и деятельности. Такой вывод логически вытекает из понимания общения как реальности человеческих отношений, предполагающего, что любые формы общения включены в специфические формы совместной деятельности: люди не просто общаются, они общаются в процессе выполнения ими различных функций в деятельности.

В науке сложилась устойчивая традиция связывать понятие «общение» с категорией «деятельность». При этом общение рассматривается лишь как форма, вид деятельности. Констатируется, что любые формы общения есть специфические формы совместной деятельности людей. Собственно общение определяется как процесс, который порождается потребностями в совместной деятельности.

В ряде психологических концепций существует тенденция к противопоставлению общения и деятельности. В противовес этому в отечественной психологии принимается идея единства общения и деятельности. Такой вывод логически вытекает из понимания общения как реальности человеческих отношений, предполагающего, что любые формы общения включены в специфические формы совместной деятельности, «по поводу» нее. Таким образом, общается всегда деятельный человек: его деятельность неизбежно пересекается с деятельностью других людей. Именно общение формирует общность индивидов, выполняющих совместную деятельность. Но, естественно, люди общаются не только по поводу той деятельности, с которой они связаны. Ради выделения двух возможных поводов общения в литературе разводятся понятия «ролевого» и «личностного» общения. При некоторых обстоятельствах личностное общение по форме может выглядеть как ролевое, деловое, «предметно-проблемное». Когда говорят о коммуникации в узком смысле слова, то прежде всего имеют в виду тот факт, что в ходе совместной деятельности люди обмениваются между собой различными представлениями, идеями, интересами, настроениями, чувствами, установками и пр. Все это можно рассматривать как информацию, и тогда сам процесс коммуникации может быть понят как процесс обмена информацией.

Однако такой подход нельзя рассматривать как методологически корректный, потому что в нем опускаются некоторые важнейшие характеристики именно человеческой коммуникации, которая не сводится только к процессу передачи информации. Не говоря уже о том, что

при таком подходе фиксируется в основном лишь одно направление потока информации, а именно от коммуникатора к реципиенту (введение понятия «обратная связь» не изменяет сути дела). Здесь есть и еще одно существенное упущение. При всяком рассмотрении человеческой коммуникации с точки зрения теории информации фиксируется лишь формальная сторона дела: как информация передается, в то время как в условиях человеческого общения информация не только передается, но и формируется, уточняется, развивается.

Общение – это многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности. Общение – одна из важнейших сфер жизнедеятельности личности. В процессе взаимодействия у людей возникают и формируются межличностные отношения, происходит обмен мыслями, чувствами, переживаниями.

С другой стороны категория общения может рассматриваться с точки зрения ее самостоятельности и несводимости к деятельности (Б. Ф. Ломов, В. В. Занков, А. А. Реан). В этом случае процесс общения оказывается для человека не только средством, но и целью. Очевидно, любой человек может вспомнить множество повседневных ситуаций, когда общение состоялось, хотя и не было вызвано потребностью в совместной деятельности.

Идея автономности и самоценности общения может быть также обоснована теоретической концепцией о структуре фундаментальных потребностей человека (А. Маслоу). Как известно, гуманистическая психология относит потребности в общении в разряд основных.

Человек – существо социальное, его жизнь и развитие невозможны без общения и взаимодействия с другими людьми. Коммуникация – это всегда процесс двустороннего обмена информацией, ведущей к взаимному пониманию. Согласно учению немецкого социолога М. Вебера, единицей анализа человеческих общностей является социальное действие. Но общение не только информационное взаимодействие, оно сопровождается обменом эмоциональных состояний, при этом возникает, устанавливается эмоциональный контакт и удовлетворяются потребности в общении.

Социальное взаимодействие анализируется на двух уровнях: микро- и макро. Взаимодействие людей друг с другом, в парах, в малых группах или межличностная интеракция – явление микроуровня.

Макровзаимодействие связано с крупными общественными структурами, основными институтами общества: семьей, религией, экономикой.

Нужно иметь в виду, что любая организация (предприятие, вуз) представляет собой особую структуру взаимоотношений между людьми, и ее развитие, и успех во все большей степени определяется качеством информации и коммуникации. Исследования социологов показали, что 50–90 % времени современного руководителя приходится на коммуникацию – общение.

Можно выделить разнообразные формы межличностного взаимодействия: привязанность, дружба, любовь, соревнование, уход, времяпрепровождение, игра, социальное влияние, конфликты, подчинение, ритуальное взаимодействие и др.

Вне какой-либо непосредственной деятельности общение невозможно. Поэтому общение выступает как средство реализации деятельности и как ее неперемное условие.

Общение – один из основных факторов, формирующих личность. Это универсальное явление общественной жизни, так как оно охватывает все ее стороны. По мнению известного психолога Б. Д. Парыгина, общение – «сложный и многогранный процесс, который может выступать в одно и то же время и как процесс взаимодействия индивидов, и как информационный процесс, и как отношение людей друг к другу, и как процесс их взаимовлияния друг на друга, и как процесс сопереживания и взаимного понимания друг друга».

Общение необходимо отличать от коммуникации, хотя эти понятия часто используются как синонимы. Коммуникация – это любая связь, взаимодействие двух систем. Содержанием коммуникации является обмен информацией. Если рассматривать общение как информационный процесс, то оно формально ничем не отличается от процесса коммуникации. Но обмен информацией – это лишь одна сторона общения. Общение же – это связь между людьми, в результате которой происходит влияние одной личности на другую. Для понимания природы общения необходимо рассмотреть, как соотносятся понятия «общение» и «отношения». Общественные отношения – устойчивые связи индивидов как членов объективно существующих социальных групп воспроизводятся, изменяются и порождаются в общении и только через общение, люди вступают в те или иные отношения. В свою очередь общественные отношения определяют как содержание, так и внешние формы общения.

1.3. Виды потребностей в общении

Коммуникативные действия человека могут быть вызваны самыми различными потребностями. Первая из них – потребность в безопасности. Потребность в безопасности, снятии напряжения, тревоги проявляется в том, что человек начинает общаться ради снижения страха, тревоги или внутреннего конфликта. Даже совсем незнакомые люди становятся более общительными в ситуации тревожного ожидания. Если каждый раз после вступления в контакт с другими людьми снижение напряжения происходит аффективно, может сформироваться навязчивое стремление к общению с кем угодно, лишь бы поговорить.

Аффилиация – собственно сама потребность в общении как таковая проявляется в стремлении быть в контакте с себе подобными ради самого процесса общения, ради устранения дискомфорта одиночества. Она свойственна людям с высокой тревожностью, беспокойным, впадающим в состояние фрустрации от вынужденного уединения. Такие лица не могут самостоятельно организовать обучение, им обязательно требуется лидер.

Потребность в познании часто мотивирует общение, когда человек через другого желает уточнить свои представления, расширить возможности своего мышления, узнать человека, его способности и состояния. Когда человек рассматривается как источник определенной, нужной в данный момент информации, то главным мотивом общения с ним становится потребность в познании. Например, общение с лектором в основном мотивировано познанием. Поэтому о лекторе мы судим по тому, как он удовлетворяет эту нашу потребность. Если же наша потребность в познании не удовлетворена, то лектор нам не нравится независимо от других его достоинств.

Есть люди, стремящиеся поддержать общение посредством интересного рассказа о прочитанном и увиденном. Эта внутренняя установка порождает эрудитов, знающих много обо всем и пускающих это знание в общение ради привлечения внимания к собственной персоне.

Потребность быть индивидуальностью проявляется в стремлении к такому общению, при котором мы могли бы «прочитать» на лице, в речи и поведении другого человека признание нашей неповторимости, уникальности, необычности. Жажда быть неповторимым порождает стремление в общении с другими увидеть себя как единственное в своем роде для них существо.

Потребность в престиже удовлетворяется в том случае, когда в общении с другими мы получаем признание наших личностных ка-

честв, восхищение нами, положительные оценки окружающих. Не найдя признания, человек бывает огорчен, разочарован, а иногда даже агрессивен. Неудачи в одном заставляют человека искать его признания в другом, и большей частью он находит его в общении с людьми, склонными оценивать данную личность положительно. Однако, если такая потребность в индивиде гипертрофирована, это может привести к потере друзей и полному одиночеству.

Потребность в доминировании выражается в стремлении оказывать активное влияние на образ мыслей, поведение, вкусы, установки другого человека. Удовлетворяется эта потребность лишь в том случае, если изменяется поведение другого человека или ситуация в целом под нашим влиянием. Одновременно с этим партнер по общению рассматривает нас в качестве человека, берущего на себя тяжесть принятия решения. Поэтому наряду с потребностью в доминировании у некоторых людей есть потребность в подчинении другому. Эти потребности могут выступать и как факторы, нарушающие общение, если, например, в споре мы стремимся доказать свою правоту безотносительно к истине (доминирование) или же принимаем нежелательные для нас решения и поведение партнера не сопротивляясь (подчинение). Общение двух доминантных или двух ведомых личностей бывает крайне затруднено. В первом случае возможен конфликт, во втором – непродуктивность общения и деятельности.

Потребность в покровительстве или заботе о другом проявляется в стремлении кому-то в чем-то помочь и испытать при этом удовлетворение. Потребность в заботе о другом, удовлетворяясь в различных ситуациях, возникающих в течение жизни, постепенно формирует альтруизм, человеколюбие.

Потребность в помощи предполагает готовность партнера принять помощь. Эта помощь, будучи принятой, приносит удовлетворение тому, кто ее оказал. Отказ партнера может быть воспринят негативно как его нежелание пойти на контакт или более того – как необоснованная независимость и гордость, как завышенная самооценка.

Социально-педагогический подход к анализу сущности общения опирается на понимании его как механизма влияния (с целью социального воспитания) общества на личность. В связи с этим в социальной педагогике все формы общения рассматриваются как психотехнические системы, обеспечивающие взаимодействие людей.

1.4. Виды, формы и цели общения

Общение – необыкновенно сложный и многоплановый процесс межличностного взаимодействия, и он имеет множество классификаций.

Общение – это сложное полифункциональное явление, в основе которого лежит обмен деятельностью и ее результатами, а также информацией, опытом, умениями и навыками.

Выделяют разные виды общения в зависимости от его содержания, целей и средств.

По содержанию общение может быть:

- материальное (обмен предметами, продуктами);
- когнитивное (обмен знаниями);
- кондиционное (обмен психическими или физиологическими состояниями);
- мотивационное (обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами);
- деятельностное (обмен действиями, операциями, умениями и навыками).

По целям общение может быть биологическим (для поддержания, сохранения и развития организма) и социальным (для установления и развития межличностных отношений).

В зависимости от различных признаков общение можно разделить на следующие виды:

- 1) контактное – дистантное (по положению коммуникантов в пространстве и времени);
- 2) непосредственное – опосредованное (по наличию или отсутствию какого-либо опосредующего «аппарата»);
- 3) устное – письменное (с точки зрения формы существования языка);
- 4) закрытое – открытое;
- 5) частное – деловое;
- 6) официальное – неофициальное и др.

Под **содержанием общения** понимают информацию, которую общаются друг другу люди в процессе общения. Люди обмениваются друг с другом огромным количеством информации. Вот только некоторые ее типы:

- знания о мире;
- имеющийся опыт;
- приобретенные умения и навыки;

- имеющиеся способности;
- сведения о потребностях;
- сведения об эмоциональных состояниях.

Цель общения – это то, ради чего у человека возникает данный вид активности.

У людей количество целей общения по сравнению с животными сильно увеличилось. Общение людей используется ими как средство удовлетворения многих разнообразных потребностей: социальных, культурных, творческих, познавательных, творческих, эстетических.

Виды мотивов, по которым человек вступает во взаимодействие с другими людьми:

- мотив кооперации (общий выигрыш);
- индивидуализм (собственный выигрыш);
- конкуренция;
- агрессия;
- равенство.

Психологи выделяют восемь основных целей общения:

- контактная – «установление контакта как состояния обоюдной готовности к приему и передаче сообщения»;
- информационный обмен сообщениями – прием и передача сведений, информации;
- побудительная стимуляция – склонение человека к каким-либо поступкам или действиям;
- координационная – взаимное ориентирование при совместной деятельности;
- понимание;
- эмотивное возбуждение – обмен эмоциями;
- установление отношений;
- оказание влияния.

К основным целям общения относят достижение изменений:

- в мотивационной сфере;
- в познавательной сфере;
- в эмоционально-волевой сфере;
- в поведенческой сфере.

Общение между людьми происходит в различных формах, которые зависят от уровня общения, его характера, цели.

Выделяют следующие формы общения:

1) **«контакт масок»** – формальное общение, когда отсутствует стремление понять и учитывать особенности личности собеседника, используются привычные маски (вежливости, строгости, безразличия,

скромности, участливости и т. п.) – набор выражений лица, жестов, стандартных фраз, позволяющих скрыть истинные эмоции, отношение к собеседнику;

2) **примитивное общение**, когда оценивают другого человека как нужный или мешающий объект: если нужен, то активно вступают в контакт, если мешает – оттолкнут, порой используя агрессивные грубые реплики. Если получили от собеседника желаемое, то теряют дальнейший интерес к нему и не скрывают этого;

3) **формально-ролевое общение**, когда регламентированы и содержание, и средства общения и вместо знания личности собеседника обходятся знанием его социальной роли;

4) **неформальное общение** – всевозможные личностные контакты людей за пределами официальных отношений (контакты между коллегами во время досуга, между близкими людьми и т. д.);

5) **деловое общение**, когда учитывают особенности личности, характера, возраста, настроения собеседника, но интересы дела более значимы, чем возможные личностные расхождения;

6) **духовное**. Межличностное общение (доверительно-неформальное) друзей, когда можно затронуть любую тему и необязательно прибегать к помощи слов, друг поймет вас и по выражению лица, движениям, интонации. Такое общение возможно тогда, когда каждый участник имеет образ собеседника, знает его личность, интересы, убеждения, отношение к тем или иным проблемам, может предвидеть его реакции;

7) **манипулятивное общение** направлено на извлечение выгоды от собеседника, используя разные приемы (лесть, запугивание, «пускание пыли в глаза», обман, демонстрация доброты) в зависимости от особенностей личности собеседника;

8) **ритуальное общение** – поддержание определенных норм, ритуалов общения;

9) **светское общение**. Суть светского общения в его беспредметности, т. е. люди говорят не то, что думают, а то, что положено говорить в подобных случаях; это общение закрытое, потому что точки зрения людей на тот или иной вопрос не имеют никакого значения и не определяют характера коммуникаций.

Кодекс светского общения: 1) вежливость, такт – «соблюдай интересы другого»; 2) одобрение, согласие – «не порицай другого», «избегай возражений»; 3) симпатии – «будь доброжелателен, приветлив».

Кодекс делового общения иной: 1) принцип кооперации – «твой вклад должен быть таким, какого требует совместно принятое направ-

ление разговора»; 2) принцип достаточности информации – «говори не больше и не меньше, чем требуется в данный момент»; 3) принцип качества информации – «не обманывай»; 4) принцип целесообразности – «не отклоняйся от темы, сумей найти решение»; 5) «выражай мысль ясно и убедительно для собеседника»; 6) «умей слушать и понять нужную мысль»; 7) «умей учесть свой (невербальный) канал общения».

1.5. Функции, этапы общения

Основные функции общения:

- информационная – заключается в обмене информацией между взаимодействующими индивидами;
- коммуникативная – организация и поддержание межличностных отношений;
- формирующая – общение выступает как важнейшее условие формирования и развития личности;
- контактная – установление контактов между людьми;
- побудительная – стимуляция готовности к действию;
- координационная – взаимное ориентирование и согласование действий;
- эмотивная – передача эмоций, переживаний, чувств, изменение эмоционального состояния собеседника;
- оказания влияния – изменение состояния, поведения, намерений, мнений, потребностей, действий партнера;
- социального контроля – регламентация поведения и деятельности;
- самовыражения.

В процедуре общения выделяют следующие этапы:

1. Потребность в общении (необходимо сообщить или узнать информацию, повлиять на собеседника и т. п.), которая побуждает человека вступить в контакт с другими людьми.
2. Ориентировка в целях и в ситуации общения.
3. Ориентировка в личности собеседника.
4. Планирование содержания своего общения: человек представляет себе (обычно бессознательно), что именно скажет.
5. Бессознательно (иногда сознательно) человек выбирает конкретные средства, речевые фразы, которыми будет пользоваться, решает, как говорить, как себя вести.
6. Восприятие и оценка ответной реакции собеседника, контроль эффективности общения на основе установления обратной связи.

7. Корректировка направления, стиля, методов общения. Если какое-либо из звеньев акта общения нарушено, то говорящему не удастся добиться ожидаемых результатов общения – оно окажется неэффективным. Эти умения называют «социальным интеллект», «практически-психологическим умом», «коммуникативной компетентностью», «коммуникабельностью».

Соответственно мотивам и целям можно определить ведущие тактики поведения во взаимодействии:

1. Сотрудничество направлено на полное удовлетворение участниками взаимодействия своих потребностей.

2. Противодействие (подавление) предполагает ориентацию на свои цели без учета целей партнера по общению.

3. Компромисс реализуется в частичном достижении целей партнеров ради условного равенства.

4. Уступчивость предполагает принесение в жертву собственных целей для достижения целей партнера.

5. Избегание представляет уход от контакта, потерю собственных целей для того, чтобы исключить выигрыш другого.

Можно выделить несколько типов взаимодействий: кооперация и конкуренция, согласие и конфликт, приспособление и конкуренция.



Л е к ц и я 2. ПСИХОЛОГИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СОВМЕСТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Понятие взаимодействия в социальной психологии.
2. Теории межличностного взаимодействия.
3. Взаимодействие в общении.
4. Понятие стиля общения.
5. Модели общения. Критерии выбора модели поведения в общении.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Б о р о з д и н а, Г. В. Психология делового общения / Г. В. Бороздина. – М.: ИН-ФРА, 2006.
2. Г о р я н и н а, В. А. Психология общения: учеб. пособие / В. А. Горянина. – М.: Академия, 2002.
3. Л е о н т ь е в, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М.: Смысл, 2003.
4. С т а н к и н, М. И. Психология общения: курс лекций / М. И. Станкин. – М.: Изд-во Московского психолого-социального института, 2003.
5. Ф о м и н, Ю. А. Психология делового общения / Ю. А. Фомин. – Минск: Амалфея, 2000.

2.1. Понятие взаимодействия в социальной психологии

В современной психологии общение часто рассматривается как синоним понятия взаимодействие, которое используется для характеристики всего многообразия природных и социальных явлений. Взаимодействие трактуется как «процесс взаимного влияния, всякая связь и отношение между материальными объектами и явлениями».

Взаимодействие – это действия индивидов, направленных друг к другу. Такое действие может быть рассмотрено как совокупность способов, применяемых человеком для достижения определенных целей – решения практических задач или реализации ценностей. Таким образом, содержанием любого взаимодействия является связь, обмен (предметами, действиями, информацией и т. д.) и взаимное влияние.

Социальная жизнь возникает и развивается ввиду наличия зависимостей между людьми, что создает предпосылки взаимодействия людей друг с другом. Социальная связь – это зависимость людей, реализованная через социальное действие, осуществляемое с ориентацией на других людей, с ожиданием соответствующего ответного действия партнера. В социальной связи можно выделить:

- субъекты связи – два человека или несколько людей;
- предмет связи – по поводу чего осуществляется связь;
- механизм регулирования взаимоотношений.

Прекращение связи может происходить при изменении или утрате предмета связи, либо при несогласии участников связи с принципами ее регулирования. Социальная связь может выступать в виде социального контракта и в виде взаимодействия. Социальные отношения – это устойчивая система взаимодействия между партнерами, имеющая самовозобновляющийся характер.

В чем же сущность понятия общения в контексте взаимодействия?

Общение – это процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый их потребностями в совместной деятельности. Общение включает в себя:

- обмен информацией между субъектами деятельности, сотрудниками в группах и организациях;
- выработку совместной стратегии деятельности, в которую включены субъекты общения;
- восприятие и понимание людьми друг друга в процессе решения совместных задач.

По количеству взаимодействующих лиц выделяют два больших вида взаимодействия: межличностное и межгрупповое.

ность, будучи обусловлена биологически-социальными причинами, способствует выживанию человека. Человек – общественное, социальное существо, живущее в условиях взаимодействия и общения с другими людьми.

Устойчивое взаимодействие людей может быть обусловлено появлением взаимной симпатии, аттракции. Тесные взаимоотношения, обеспечивающие поддержку и дружеское чувство, связаны с ощущением счастья. Исследования показали, что такие положительные взаимоотношения улучшают здоровье, уменьшают вероятность преждевременной смерти. «Дружба – сильнейшее противоядие от всех напастей», – говорил Сенека.

Существует несколько теорий, объясняющих межличностное взаимодействие. К ним относятся: теория обмена, символический интеракционизм, теория управления впечатлениями, психоаналитическая теория.

Согласно *теории обмена* каждый из нас стремится уравновесить вознаграждения и затраты, чтобы сделать наше взаимодействие устойчивым и приятным. Поведение человека в настоящий момент определяется тем, вознаграждались ли его поступки в прошлом и как именно (чем больше вознаграждается определенный тип поведения, тем чаще он будет повторяться; когда потребности человека близки к насыщению, он в меньшей степени готов прилагать усилия для их удовлетворения). Хоманс рассматривает социальное взаимодействие как сложную систему обменов, обусловленную способами уравнивания вознаграждений и затрат.

Символический интеракционизм. Дж. Мид рассматривал поступки человека как социальное поведение, основанное на обмене информацией. Сущность символического интеракционизма заключается в том, что взаимодействие между людьми рассматривается как непрерывный диалог, в процессе которого они наблюдают, осмысливают намерения друг друга и реагируют на них. Центральная идея данной концепции – личность формируется во взаимодействии с другими личностями.

Управление впечатлениями. По мнению Гофмана, социальные ситуации следует рассматривать как драматические спектакли в миниатюре: люди ведут себя подобно актерам на сцене, используя «декорации» для создания определенного впечатления о себе и других.

Согласно *психоаналитической теории* процесс взаимодействия людей воспроизводит их детский опыт. З. Фрейд считал, что люди образуют социальные группы, так как испытывают чувство преданности

и покорности лидерам. В подобных ситуациях мы возвращаемся к более ранним стадиям развития.

2.3. Взаимодействие в общении

В процессе общения, действуя преднамеренно или непреднамеренно, осознанно или неосознанно, люди всегда оказывают друг на друга психологическое воздействие. По своей сущности психологическое воздействие представляет собой влияние, проникновение одной личности (или группы лиц) в психику другой личности. Целью и результатом этого проникновения является изменение мыслей, чувств и поведения человека или группы людей.

Каждый человек обладает своеобразной, неповторимой манерой общения. Любой собеседник уникален. По общим характерным чертам их можно объединить в три группы:

доминантность – недоминантность;

мобильность – ригидность;

экстраверсия – интроверсия.

Доминантный собеседник – человек жесткий, напористый, легко перебивает других, насмешлив, резок и груб.

Недоминантный собеседник очень чуток к внешним признакам вашей силы. Он уступчив и легко теряется, не позволяет себе перебить собеседника.

Мобильный собеседник с легкостью переключается с других занятий на общение. Речь его быстра, даже тороплива, проститься с ним так же легко, как и разговаривать.

Ригидному собеседнику требуется некоторое время, чтобы включиться в беседу. Он основателен, слушает внимательно, говорит неспешно, мысль излагает подробно. Распроститься с ним сразу невозможно. В общении с ним надо поставить перед собой задачу долготерпения.

Экстраверт весьма расположен к общению, он без общения скучает. Он любопытен ко всем сторонам жизни людей.

Интроверт не склонен к внешней коммуникации. Он тяготеет к контактам. Для общения он выбирает всего двух-трех собеседников, обычно похожих на него самого. Идеальная ситуация с интровертом – разговор с глазу на глаз.

Основным условием успешности общения является соответствие поведения взаимодействующих людей ожиданиям друг друга. Нельзя

представить себе общение всегда и при всех обстоятельствах, протекающее гладко и лишённое внутренних противоречий.

Характеристика стратегий межличностного взаимодействия.

В различных исследованиях выявлено несколько важнейших видов социальных мотивов (т. е. мотивов, с которыми человек вступает во взаимодействие с другими людьми).

1. Мотив максимизации общего выигрыша (иначе мотив кооперации).

2. Мотив максимизации собственного выигрыша (иначе индивидуализм).

3. Мотив максимизации относительного выигрыша (конкуренция).

4. Мотив максимизации выигрыша другого (альтруизм).

5. Мотив минимизации выигрыша другого (агрессия).

6. Мотив минимизации различий в выигрышах (равенство).

В рамки этой схемы могут быть в общем виде отнесены все возможные побуждения, детерминирующие социальное взаимодействие людей. Естественно, что характер социальной мотивации участников взаимодействия определяет и средства общения, и результат взаимодействия, и отношения между партнерами по общению. Важным является соотношение мотивов общения, имеющихся у участников взаимодействия: если они совпадают или естественно взаимодополняют друг друга, можно прогнозировать большую успешность их контактов. Можно также выделить те мотивы, которые с большой вероятностью будут приводить к «проигрышным», с точки зрения успешности общения, стратегиям взаимодействия. К ним относятся второй и пятый мотивы, приводящие к игнорированию интересов партнера по общению, что в свою очередь, активизирует, вероятно, и защитные стратегии с его стороны.

Один из подходов к структурному описанию взаимодействия представлен в трансактном анализе – направлении, предполагающем регулирование его позиций, а также учет характера ситуаций и стиля взаимодействия.

Теория трансактного анализа была разработана американским психотерапевтом Эриком Берном в 60-х годах XX века. Основные положения этой теории изложены им в книге «Люди и игры» и широко используются в психотерапии при лечении различных психических расстройств, а также в работе психологов по коррекции поведения человека.

Понятие «трансактный анализ» означает анализ взаимодействий. Центральной категорией этой теории является «трансакция». Трансак-

ция – это единица взаимодействия партнеров по общению, сопровождающаяся заданием их позиции. Э. Берн заметил, что мы в различных ситуациях занимаем различные позиции по отношению друг к другу, что находит свое отражение во взаимодействии (транзакциях).

С точки зрения транзактного анализа каждый участник взаимодействия в принципе может занимать одну из трех позиций, которые условно можно обозначить как Родитель, Взрослый, Ребенок. Эти позиции ни в коей мере не связаны обязательно с соответствующей социальной ролью: это лишь чисто психологическое описание определенной стратегии во взаимодействии (позиция Ребенка может быть определена как позиция «Хочу!», позиция Родителя как «Надо!», позиция Взрослого – объединение «Хочу» и «Надо»). Ребенок – проявляет чувства (обиды, страха, вины и т. п.), подчиняется, шалит, проявляет беспомощность, задает вопросы: «Почему я?», «За что меня наказали?», извиняется в ответ на замечания и т. п.

Родитель требует, оценивает (осуждает и одобряет), учит, руководит, покровительствует и т. п. Взрослый работает с информацией, рассуждает, анализирует, уточняет ситуацию, разговаривает на равных, апеллирует к разуму, логике и т. п. Взаимодействие эффективно тогда, когда транзакции носят дополнительный характер, т. е. совпадают: если партнер обращается к другому как Взрослый, то и тот отвечает с такой же позиции. Если же один из участников взаимодействия адресуется к другому с позиции Взрослого, а тот отвечает ему с позиции Родителя, то взаимодействие нарушается и может вообще прекратиться. В данном случае транзакции являются «пересекающимися».

Таким образом, суть теории Э. Берна сводится к тому, что, когда ролевые позиции партнеров по общению согласованы, их акт взаимодействия доставляет обоим чувство удовлетворения. Если положительная эмоция заранее присутствует в общении на радость партнеров, то такой тип взаимодействия Э. Берн называет «поглаживанием». При согласовании позиций, о чем бы не говорили собеседники, у них идет обмен поглаживаниями. Лишение ответного поглаживания уже задевает человека, если же вопреки его ожиданиям к нему еще и обращаются с несогласованной позиции (как Родитель и Дитя, или Взрослый и Дитя), это вызывает гнев и может стать причиной конфликта. Как видно из всего сказанного, с психологической точки зрения содержание контакта может быть очень многообразным по ролевым позициям партнеров, и для всего диалога может иметь решающее значение то, насколько правильно выбрана позиция, насколько она согласована между партнерами по общению.

	Родитель	Взрослый	Ребенок
Характерные слова и выражения	Все знают, что... Ты не должен никогда... Ты всегда должен... Я не понимаю, как это допускают... и т. д.	Как? Что? Когда? Где? Почему? Возможно... Вероятно	Я сердит на тебя! Вот здорово! Отлично! Отвратительно!
Интонация	Обвиняющие, снисходительные, критические	Связанные с реальностью	Очень эмоциональные
Состояние	Надменное, сверхправильное, очень приличное	Внимательность, поиск информации	Неуклюжее, подавленное, угнетенное, игривое
Выражение лица	Нахмуренное, неудовлетворительное, обеспокоенное	Спокойное, максимум внимания	Угнетение, удивление
Позы	Руки на бедрах, указывающий перст. Руки сложены на груди	Наклон к собеседнику и ориентация на него	Спонтанная подвижность (ходьба, сжатие кулаков)

Общение как взаимодействие можно рассмотреть с позиций ориентации на контроль и ориентации на понимание.

Ориентация на контроль предполагает стремление контролировать, управлять ситуацией и поведением других, которые обычно сочетаются с желанием доминировать во взаимодействии.

Ориентация на понимание включает в себя стремление понять ситуацию и поведение других. Она связана с желанием лучше взаимодействовать и избегать конфликтов, с представлениями о равенстве партнеров в общении и необходимости достижения взаимной, а не односторонней удовлетворенности.

Анализ взаимодействия при выделении этих двух ориентаций позволяет выявить некоторые интересные закономерности общения. Так, «контролеры» и «пониматели» придерживаются совершенно разных стратегий в общении.

Стратегия «контролера» – стремление заставить партнера принять свой план взаимодействия, навязать свое понимание ситуации и довольно часто они действительно достигают контроля над взаимодействием.

Стратегия «нанимателя» – адаптация к партнеру. Показательно, что разные ориентации связаны с разным распределением позиций в общении. Так, «контролеры» всегда стремятся к неравным взаимодействиям с подчиненными и доминирующим позициям «вертикального

взаимодействия». Ориентация на понимание больше сопрягается с равными горизонтальными взаимодействиями.

Следует отметить, что существуют и обратные влияния: например, человек, «попавший» в общении на самую «верхнюю» позицию, обязательно в большей степени будет «контролером», чем если бы он был внизу: положение обязывает. Следовательно, он должен регулировать взаимодействие.

Поскольку любое общение осуществляется по поводу того или иного предмета, то характер взаимодействия определяется открытостью или закрытостью предметной позиции.

Открытость общения – это открытость предметной позиции в смысле способности выразить свою точку зрения на предмет и готовности учесть позиции других, и наоборот, *закрытость общения* означает неспособность или нежелание раскрывать свои позиции.

Помимо открытого и закрытого общения в чистом виде существуют еще и *смешанные* типы:

- одна из сторон пытается выяснить позицию другой, в то же время не раскрывая своей. В крайнем варианте это выглядит как «Вопросы задаю я!»;
- общение, при котором один из собеседников открывает партнеру все свои «обязательства», рассчитывая на помощь, не интересуясь намерениями другого.

Оба эти вида взаимодействия асимметричны, поскольку общение осуществляется с неравноправных позиций партнеров.

При выборе позиции в общении следует учитывать все обстоятельства: степень доверия к партнеру, возможные последствия открытости общения. И вместе с тем, как показывают социально-психологические исследования, максимальная эффективность делового общения достигается при открытом характере.

2.4. Понятие стиля общения

В общении всегда присутствуют два компонента: содержание и стиль. Содержание определяет, вокруг чего или по поводу чего разворачивается то или иное общение. Стиль указывает на то, как человек взаимодействует с окружающими. В любом случае содержание общения – величина переменная, поскольку оно определяется конкретной деятельностью, объемом выполняемых заданий, многими меняющимися условиями и обстоятельствами. Константой при этом выступает стиль общения, т. е. способ, с помощью которого человек строит свои

отношения с другими людьми в той или иной деятельности. У каждого человека свой, характерный только для него, стиль общения с людьми.

Начало научного исследования стиля общения связано с именем немецкого психолога Курта Левина, который разработал социально-психологическое понятие «стиль лидерства». К. Левиным были выделены и описаны три стиля лидерства: авторитарный, демократический и анархичный. В более поздних классификациях стали использовать и другие названия: директивный, либеральный, коллективный, попустительский.

В психолого-педагогической литературе проблема классификации стилей не имеет однозначного решения. Так, Е. В. Субботский, определяя стиль как форму, в которую облекается обмен актами общения, выделяет прагматический (эгоистический) и альтруистический стили. В прагматическом стиле участник общения использует партнера как средство достижения своих собственных целей. В альтруистическом стиле для одного из участников общения интересы партнера стоят на первом месте.

Конкретный выбор стиля общения определяется многими факторами: личностными особенностями человека, его мировоззрением и положением в обществе, характеристиками этого общества и многим другим. Сколько стилей общения существует? На этот вопрос трудно ответить. Однако если исходить из того, что стиль общения – это просто большая готовность человека к той или иной ситуации, то можно говорить о трех основных стилях. Их условно можно назвать ритуальным, манипулятивным и гуманистическим. Ритуальный стиль порождается межгрупповыми ситуациями, манипулятивный – деловыми, а гуманистический – межличностными.

В дальнейшем мы будем исходить из того, что стиль общения – это скорее предрасположенность к определенному общению, направленность, готовность к нему, которая проявляется в том, как человек склонен подходить к большинству ситуаций. Однако стиль не полностью определяет общение человека, он может общаться и в чужом стиле. Например, если человеку свойственен в основном манипулятивный стиль, это не значит, что его общение с ближайшим другом тоже будет деловым.

Ритуальное общение. Здесь главной задачей партнеров является поддержание связи с социумом, подкрепление представления о себе как о члене общества. При этом важно, что партнер в таком общении является как бы необходимым атрибутом выполнения ритуала. В реальной жизни существует огромное количество ритуалов, подчас

очень разных ситуаций, в которых каждый участвует как некоторая «маска» с заранее заданными свойствами. Эти ритуалы требуют от участников только одного – знания правил игры.

Манипулятивное общение. Это общение, при котором к партнеру относятся как к средству достижения внешних по отношению к нему целей. Что важно продемонстрировать собеседнику в манипулятивном общении? Только то, что поможет достижению цели. В манипулятивном общении мы «подсовываем» партнеру стереотип, который мы считаем наиболее выгодным в данный момент. И даже если у обоих партнеров имеются свои цели по изменению точки зрения собеседника, победит тот, кто окажется более искусным манипулятором, т.е. тот, кто лучше знает партнера, лучше понимает цели, лучше владеет техникой общения.

Не следует делать вывод, что манипуляция – это негативное явление. Огромное количество профессиональных задач предполагает именно манипулятивное общение. По сути любое обучение (субъекту необходимо дать новые знания о мире), убеждение, управление всегда включают в себя манипулятивное общение. Именно поэтому эффективность этих процессов во многом зависит от степени владения законами и техникой манипулятивного общения.

Манипулятивное общение – чрезвычайно распространенный вид общения, который встречается в основном там, где существует совместная деятельность. Важно помнить об одном существенном моменте – отношении человека к манипулятивному общению и обратном воздействии манипулятивного стиля.

И наконец существует обратное влияние манипулятивного общения на личность, которая его использует. Существует манипулятивная деформация личности в тех случаях, когда в силу частого профессионального употребления манипулятивного общения, хорошей техники по его использованию и соответственно постоянных успехов на этом поприще человек начинает считать манипулятивное общение единственно правильным. В таком случае все общение человека сводится к манипуляции (и тогда, когда это нужно, и когда оно совершенно неоправданно).

Гуманистическое общение. Это в наибольшей степени личностное общение, позволяющее удовлетворить такую человеческую потребность, как потребность в понимании, сочувствии, сопереживании. Ни ритуальное, ни манипулятивное общение не позволяют вполне удовлетворить эту жизненно важную потребность. Цели гуманистического общения не закреплены, не запланированы изначально. Его важной

особенностью является то, что ожидаемым результатом общения является не поддержание социальных связей, как в ритуальном общении, не изменение точки зрения партнера, как в манипулятивном общении, а совместное изменение представлений обоих партнеров, определяемое глубиной общения.

Основным механизмом воздействия в гуманистическом общении является внушение, суггестия – самый эффективный из всех возможных механизмов. Важно помнить, что это обоюдное внушение, так как оба партнера доверяют друг другу, и поэтому результатом является не изменение точки зрения одного из них, а взаимное совместное изменение представлений обоих партнеров.

2.5. Модели общения.

Критерии выбора модели поведения в общении

Существуют определенные модели общения людей друг с другом. Их достаточно много. Одна из самых известных – синтоническая модель общения.

Название «синтоническая» образовано от слова «синтония», что означает: «Быть в гармонии с собой и другими». Синтоническая модель общения разработана в рамках нейролингвистического программирования (НЛП). Нейролингвистическое программирование – это результат слияния психологии, лингвистики, математики; приемы НЛП успешно используются в педагогике, бизнесе, менеджменте, психотерапии, рекламе. Синтоническая модель выделяет основные умения общения (определение желаемых целей, сенсорная острота, гибкость, конгруэнтность, раппорт, ресурсное состояние) и делит процесс овладения им на части или шаги. Если вы хотите успешно взаимодействовать с людьми, необходимо овладеть техникой этих шагов с помощью специальных практических упражнений.

Синтоническая модель общения рассматривает общение как результат сложного взаимодействия процессов восприятия и мышления (восприятие + мышление = общение). Процесс общения начинается с восприятия, именно с его помощью человек устанавливает контакт с миром и людьми. Наши органы чувств похожи на пять дверей, которые мы распахиваем, чтобы собрать информацию об окружающей действительности. Наше сознание открывает эти «двери» по очереди: у одного человека сначала для картинок, потом для запахов, у другого – сначала для звуков, потом для прикосновений. Это очень быстрая последовательность, но тем не менее последовательность. Наше

подсознание воспринимает информацию по всем пяти каналам одновременно и получает гораздо больше информации, чем сознание. Синтоническая модель общения строится на идее о том, что у каждого человека есть своя «любимая дверь восприятия» – та репрезентативная система, которой он доверяет больше, чем другим. Например, если ваша любимая система визуальна (зрительная), то вы воспринимаете и храните в памяти мир в «картинках». Установлено, что ведущая репрезентативная система внешне проявляется в движениях глаз, выборе слов, используемых в общении, в особенностях дыхания и даже позы. Если вы знаете, какую репрезентативную систему предпочитает ваш партнер по общению, вы можете использовать слова, соответствующие его «любимой» модели восприятия. Люди с визуальной моделью восприятия легко понимают одни слова, с аудиальной (слуховой) и кинестетической – другие. Если вы будете правильно выбирать и использовать слова, в соответствии с ведущей репрезентативной системой собеседника, вас сочтут человеком, с которым приятно общаться, с которым легко установить контакт и взаимопонимание.

Как узнать, какую систему предпочитает человек – визуальную, аудиальную или кинестетическую? Для этого следует внимательно наблюдать за ним.

Визуал, собираясь что-то сказать, перебирает и просматривает в памяти картинки. Его глаза при этом расфокусированы на расстоянии около 60 см от носа. В речи этих людей доминируют слова визуального смысла: «видеть», «ясно», «красочный», «я вижу, что вы имеете в виду» и т. п.

Аудиал, собираясь что-то сказать, прислушивается к своему голосу. Глаза его в это время смотрят вправо или влево, двигаясь по средней линии. В речи аудиалов преобладают выражения «я вас слушаю», «давайте обсудим», «какой тон», «крики» и т. д.

Кинестетик прежде чем сказать, прислушивается к своим внутренним чувствам, глаза его при этом непроизвольно смотрят вниз и вправо. В речи людей-кинестетиков преобладают слова: «я чувствую проблему» и т. д.

В связи с существованием трех категорий внутреннего опыта (зрение, слух, ощущения) были выделены соответственно визуальная, аудиальная и кинестетическая его модальности. Визуальный тип человека с активной правой рукой, прежде чем высказать возражение или мнение, перемещает взгляд вверх (налево, направо или вертикально вверх), аудиальный – смотрит вниз направо и по горизонтали (влево или вправо), тогда как кинестетический (осозательный) – вниз и влево.

При этом, напомним, речь идет о человеке с активной правой рукой (у левши движения глаз зеркально противоположны). Только тогда, когда зрачки находятся посередине, человек воспринимает новую информацию.

На основе этих данных возникла гипотеза, в соответствии с которой знание ведущего в данный момент сенсорного способа (ведущей репрезентативной системы) визуального поведения человека позволяет гармонизировать процесс общения с ним. Так, если руководителю нужно переубедить подчиненного, который является преимущественно визуалистом, то апеллировать к нему следует с использованием не только логической аргументации, но и словесных образов. В то же время, если у подчиненного ведущий сенсорный канал кинестетический, то наилучшим способом общения с ним будет включение его в процесс совместной конкретной деятельности путем воздействия на его чувственную сферу (например, просьба: «Помоги, пожалуйста, перенести этот стол»). У левши воспоминания и конструкции зеркально поменяются местами, а общая закономерность распределения зрительного, слухового и кинестетического опыта по этажам останется той же.

Наиболее эффективное общение возможно в том случае, когда человек развил у себя следующие коммуникативные умения и проявляет их:

- учитывать как свою репрезентативную систему, так и собеседника;
- позитивно формулировать свои цели общения;
- понимать и учитывать цели и интересы собеседника;
- быть гибким в общении;
- проявлять наблюдательность к изменениям в состоянии собеседника;
- входить в состояние раппорта («одной волны») с собеседником;
- своевременно задавать уточняющие вопросы-пойнтеры.

Владение совокупностью приемов построения межличностного общения с другими людьми является важнейшим условием успеха любого современного человека.

Многие неосознанно вырабатывают свою собственную психологическую схему общения и воздействия на людей. Но не всегда выработанные таким опытным путем навыки являются оптимальными, так как опыт отдельного человека в чем-то ограничен, а восприятие несовершенно. Существуют и привычные ошибки поведения, которые человеком просто не осознаются. Выделяют следующие критерии выбора модели поведения.

Первый критерий выбора модели поведения состоит в соответствии этого поведения закону, установленному в обществе правопорядку.

Вторым критерием выбора модели поведения является нравственность. При всей склонности людей к субъективной трактовке морали существуют общепринятые подходы к объяснению ее основных понятий, таких как честность, справедливость, совестливость. Их однозначная интерпретация и неуклонное соблюдение – гарант верности выбранной человеком модели поведения.

Третьим критерием следует признать оценку конкретной ситуации, в которой личность действует или оказалась по стечению обстоятельств. Интуитивная или умозрительная оценка ситуации является важнейшим условием оптимизации модели поведения. Как показывает практика, нередко индивидуальность человека проявляется на фоне других более ярких натур, так как он удачно проявил себя в конкретной ситуации (т. е. выигрышно «смотрелся», «слушался», «запомнился»).

Четвертым критерием является цель, которую ставит перед собой человек. Чем значительнее собственная цель, тем больше она стимулирует его. Увлеченность целью не должна породить недооценку значения четкого соблюдения этапов движения к ней. Полезно дробить цель на последовательно выстроенные задачи, чтобы их реализация представляла собой ступени приближения к ней. Таким образом выстраивается предметно ощутимая логика достижения цели.

Пятый критерий – самокритичная оценка собственных возможностей использования конкретной модели поведения. Любое копирование чьего-то стиля в общении опасно. Например, в деловом общении велика роль речевого экспромта. Чем дольше пауза между каверзным вопросом и остроумным ответом, даже если последний состоится, тем меньше «очков» набирает испытуемый. Такова аксиома публичного диалога. Или другой пример: люди с недостатками внешности обладают заниженным чувством самоуважения. Это тоже накладывает отпечаток на выбор ими модели поведения. Разумно тщательно взвешивать все свои характеристики, избирая личное поведенческое амплуа.

Шестым критерием выбора модели поведения является выделение и конкретизация собственных возможностей. Принимая во внимание чрезвычайную важность этого, необходимо рассмотреть все, что касается вашего умения использовать человековедческие технологии. Прежде всего те, которые имеют непосредственное отношение к общению. К таким технологиям относятся: индивидуальная работа с коллегами, подчиненными; «конструирование» коллективов; стимулирование делового честолюбия; речевое воздействие и т. п.

Седьмой критерий выбора модели поведения несколько своеобразен. Всегда актуально значение психологополовых характеристик личности, т. е. тех личностных и деловых качеств, которые партнеры по общению ожидают от человека, заинтересованного в их расположении. Что имеется в виду? Чтобы не разрушить каких-то иллюзий или сложившихся стереотипов и не разочаровать собой партнеров, рекомендуется проявлять те личностно-деловые качества, которые они ожидают в вас найти. Так, мужчины ценят в женщине внешнюю привлекательность и сексуальность. Женщины, зная подобную запрограммированность мужской психологии, не могут с этим не считаться, как в свою очередь и мужчинам не следует забывать о том, что самыми привлекательными в них качествами женщины считают интеллектуальную незаурядность, мужественность и активность.

Выбор той или иной модели поведения в каждой конкретной ситуации в значительной мере зависит от личности того, с кем человеку приходится общаться.

Соответственно мотивам и целям можно определить ведущие тактики поведения во взаимодействии:

1. Сотрудничество направлено на полное удовлетворение участниками взаимодействия своих потребностей.

2. Противодействие (подавление) предполагает ориентацию на свои цели без учета целей партнера по общению.

3. Компромисс реализуется в частичном достижении целей партнеров ради условного равенства.

4. Уступчивость предполагает принесение в жертву собственных целей для достижения целей партнера.

5. Избегание представляет уход от контакта, потерю собственных целей для того, чтобы исключить выигрыш другого.

Можно выделить несколько типов взаимодействий: кооперация и конкуренция, согласие и конфликт, приспособление и конкуренция.



Л е к ц и я 3. ОСОБЕННОСТИ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В МАЛОЙ ГРУППЕ

1. Структура межличностных отношений в малой группе.
2. Динамические процессы в группе.
3. Структура коммуникаций в малой группе.
4. Психологические способы воздействия в процессе общения.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. А н д р е е в а, Г. М. Социальная психология: учебник для высш. учеб. завед. – 5-е изд. / Г. М. Андреева. – М.: Аспект Пресс, 2003.
2. К р ы с ь к о, В. Г. Социальная психология: курс лекций / В. Г. Крысько. – М.: Омега, 2003.
3. М у д р и к, В. А. Социальная педагогика: учебник для студ. пед. вузов / В. А. Мудрик / под ред. В. А. Сластенина. – М.: Академия, 1998.
4. С в е н т и ц к и й, А. А. Социальная психология: учебник / А. А. Свентицкий. – М.: Изд-во Проспект, 2004.

3.1. Структура межличностных отношений в малой группе

К элементарным параметрам любой группы относятся: *композиция группы (или ее состав), структура группы, групповые процессы, групповые нормы и ценности, система санкций*. Каждый из этих параметров может приобретать совершенно различное значение в зависимости от типа изучаемой группы. Так, например, состав группы может быть описан по-разному в зависимости от того, значимы ли в каждом конкретном случае, например, возрастные, профессиональные или социальные характеристики членов группы.

Рассмотрим понятийную схему, которая касается положения индивида в группе. Первым из понятий, употребляемых здесь, является понятие «статус» или «позиция», обозначающее место индивида в системе групповой жизни. Самое широкое применение понятие «статус» находит при описании структуры межличностных отношений, для чего более всего приспособлена социометрическая методика. Но получаемое таким образом обозначение статуса индивида в группе никак нельзя считать удовлетворительным. Во-первых, потому, что место индивида в группе не определяется только его социометрическим статусом; важно не только то, насколько индивид пользуется привязанностью других членов группы, но и то, как он воспринимается в структуре деятельностных отношений группы. Во-вторых, статус всегда есть некоторое единство объективно присущих индивиду характеристик, определяющих его место в группе, и субъективного восприятия его другими членами группы.

Вторая характеристика индивида в группе – это «роль». Обычно роль определяют как динамический аспект статуса, что раскрывается через перечень тех реальных функций, которые заданы личности группой, содержанием групповой деятельности. Если взять такую группу, как семья, то на ее примере можно показать взаимоотношение между статусом, или позицией, и ролью. В семье различные статусные характеристики существуют для каждого из ее членов: есть позиция (статус) матери, отца, старшей дочери, младшего сына и т. д. Если теперь описать набор функций, которые «предписаны» группой каждой позиции, то получим характеристику роли матери, отца, старшей дочери, младшего сына и т. д. Нельзя представлять роль как что-то неизменное: при сохранении статуса набор функций, ему соответствующих, может сильно варьировать в различных однотипных группах, а главное в ходе развития как самой группы, так и более широкой социальной структуры, в которую она включена. Пример с семьей ярко иллюстрирует эту

закономерность: изменение роли супругов в ходе исторического развития семьи – актуальная тема современных социально-психологических исследований.

Важным компонентом характеристики положения индивида в группе является система **«групповых ожиданий»**. Этот термин обозначает тот простой факт, что всякий член группы не просто выполняет в ней свои функции, но и обязательно воспринимается, оценивается другими. В частности, это относится к тому, что от каждой позиции, а также от каждой роли ожидается выполнение некоторых функций и не только простой перечень их, но и качество выполнения этих функций. Группа через систему ожидаемых образцов поведения, соответствующих каждой роли, определенным образом контролирует деятельность своих членов. В ряде случаев может возникать рассогласование между ожиданиями, которые имеет группа относительно какого-либо ее члена, и его реальным поведением, реальным способом выполнения им своей роли. Для того, чтобы эта система ожиданий была как-то определена, в группе существуют еще два чрезвычайно важных образования: групповые нормы и групповые санкции.

Все **групповые нормы** являются социальными нормами, т. е. представляют собой «установления, модели, эталоны должного, с точки зрения общества в целом и социальных групп и их членов, поведения». В более узком смысле групповые нормы – это определенные правила, которые выработаны группой, приняты ею и которым должно подчиняться поведение ее членов, чтобы их совместная деятельность была возможна. Нормы группы связаны с **ценностями**, так как любые правила могут быть сформулированы только на основании принятия или отвержения каких-то социально значимых явлений. Ценности каждой группы складываются на основании выработки определенного отношения к социальным явлениям.

Таким образом, рассмотрен набор понятий, при помощи которых осуществляется социально-психологическое описание группы.

3.2. Динамические процессы в группе

Малую группу характеризуют как статические (состав, границы, композиция), так и динамические процессы. Групповая динамика – совокупность динамических процессов, которые одновременно происходят в группе в какой-то период ее существования. Важнейшими динамическими процессами являются: образование малых групп (способы формирования групп, психологические групповые механизмы: фено-

мен группового давления, развитие групповой сплоченности); групповая сплоченность; лидерство; принятие группового решения; эффективность группы.

Конформизм – это изменение поведения или убеждений в результате реального или воображаемого давления группы. Есть две разновидности конформизма.

Уступчивость. Иногда мы делаем что-то, с чем внутренне не согласны, чего не хотим делать. Ведем себя так, как принято, хотя в душе не согласны с этим. Причиной уступчивости служит желание заслужить поощрение или избежать наказания.

Не люблю я платья и вообще никогда их не ношу, но вчера на вечеринку одела. Почему? Потому, что по правилам вечеринки все женщины должны были быть в платьях, а мужчины в костюмах.

Одобрение. Когда мы делаем что-то, что делает кто-либо, при этом чувствуем внутреннее согласие. В этом случае мы согласны, искренне верим в то, что вынуждают нас делать другие. Это искренний, внутренний конформизм.

Каждый день я съедаю баночку йогурта с бифидобактериями. Почему? Подруга говорит, что это полезно для здоровья, и я считаю, что она права.

Нонконформизм (от лат. non – «не» и лат. conformis – «подобный») – стремление индивида придерживаться и отстаивать установки, мнения, результаты восприятия, поведение и т. д., прямо противоречащие тем, которые господствуют в данном обществе или группе.

Фасилитация социальная [от англ. facilitate – облегчать] – повышение эффективности (в плане скорости и продуктивности) деятельности личности в условиях ее функционирования в присутствии других людей. Одним из случаев выявления феномена социальной фасилитации была ситуация, зафиксированная наблюдателями на велосипедном треке (в отличие от обычного стадиона, велотрек устроен таким образом, что трибуны со зрителями там расположены вдоль лишь одной стороны трассы). Оказалось, что вне зависимости от оговоренных с тренером тактических планов борьбы за первенство в заезде, именно перед трибунами со зрителями спортсмены непроизвольно ускоряются даже в ущерб возможной победе, которая как необходимое условие предполагала бы некоторое «предразгонное замедление». В ряде случаев присутствие других, не вмешивающихся в действия индивида людей, ведет к ухудшению результатов его деятельности. Указанное явление получило название **социальной ингибции**. Совершенно однозначно зафиксирован тот факт, что феномен «фасилита-

ция – ингибция» принципиально по-разному проявляется в условиях интеллектуально сложной и простой, по сути дела, механической деятельности. Так, в первом случае наличие наблюдателей чаще всего приводит к снижению качественной успешности, осуществляемой субъектом, деятельности, а во втором – к явному наращиванию количественных показателей ее реализации. Следует отметить, что выраженность социально-психологического феномена «фасилитация – ингибция» во многом зависит от половозрастных, статусно-ролевых и целого ряда других социальных и социально-психологических характеристик личности.

Феномен групповой поляризации, экстремизации – приближение общегруппового мнения к какому-то полюсу континуума всех групповых мнений, часто «сдвиг к риску», когда групповое решение является более рискованным, чем решение, принимаемое индивидуально.

Феномен группомыслия. Даже группы с высоким уровнем компетентности и интеллекта, стремясь достичь согласия по обсуждаемому вопросу, могут принимать катастрофические решения, без критического реалистического осмысления альтернативных вариантов решения, подавляя творческие порывы отдельных ее членов, их варианты решения. Сохранение единства группы становится более значимым, чем реалистическая оценка альтернативных вариантов решения.

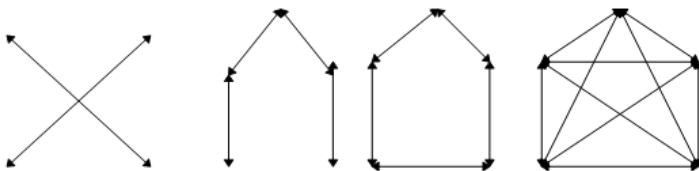
Феномен подчинения авторитету в сочетании с феноменом «атрибуции ответственности», когда человек приписывает ответственность за все происходящее другим лицам, лидеру, начальству, а не себе.

3.3. Структура коммуникаций в малой группе

Коммуникационная сеть – это соединение определенным образом участвующих в коммуникационном процессе индивидов с помощью информационных потоков. В сетях рассматриваются не индивиды как таковые, а коммуникационные отношения между ними. Создаваемая руководителем сеть состоит из вертикальных, горизонтальных и диагональных связей. Сеть этих связей создает реальную структуру организации. Задача формальной организационной структуры заключается в том, чтобы придать коммуникационным потокам правильное направление. Размеры подразделений в организации ограничивают возможности развития коммуникационной сети. Среди существующих коммуникационных сетей для групп разной численности можно выде-

лить четыре основных типа: колесо, цепь, круг, сложный круг (или всеканальная).

Типы коммуникационных сетей в группе



Колесо Цепь Круг Сложный круг
Точки (•) – члены группы. Линии (-) – каналы коммуникаций.

Сеть типа «цепь». Она характеризуется тем, что субъекты на концах цепи, которых она объединяет, находятся в тупиках, а субъекты в середине не только выполняют роль посредника коммуникаций, но и могут их контролировать. На практике как самостоятельная такая структура существует редко; чаще она является элементом более сложных образований, в которых служит инструментом неформальных коммуникаций субъектов одного уровня.

Сеть типа «круг». Сеть коммуникаций в виде круга является активной, без лидера, неорганизованной, неустойчивой. Преимущества «круга» в том, что он: формирует более благоприятный морально-психологический климат в группе и обеспечивает более высокую мотивацию и активность ее участников; воспитывает лидеров, так как способности каждого человека на виду, и он заинтересован в том, чтобы показать себя с лучшей стороны; ограничивает «просеивание» информации; благоприятствует творческой работе. Недостатки «круга»: может возникнуть феномен «группового мышления»; возможный выигрыш в гибкости может угрожать стабильности и порядку.

Сеть типа «колесо». В сетях типа «колесо» подчиненные взаимодействуют друг с другом через своего начальника. Объективная основа такой ситуации заключается в том, что лицо, находящееся в центре колеса имеет больше коммуникационных связей, чем другие члены группы. «Колесо» представляет собой наиболее централизованный тип коммуникационных сетей с лидером и координатором в центре взаимоотношений. Информация всегда исходит из центра. В этом случае легко достигается высокая скорость и точность передачи информации,

однако при этом нередко подавляется инициатива исполнителей. Возможны злоупотребления и манипуляции со стороны недобросовестного руководителя, который имеет возможность просеивать информацию в своих интересах. Такая сеть эффективна в небольшой группе (до 10 человек), если число сотрудников возрастает, руководитель начинает страдать от информационных перегрузок и не способен качественно обработать всю информацию.

Примером полностью децентрализованной группы является **сеть типа «сложный круг»**, которая используется, как правило, тогда, когда необходимо участие всех членов в решении сложных проблем. Такой подход называют еще открытыми коммуникациями.

Характер взаимозависимости работ и людей в группе или организации будет определять тип более эффективной коммуникационной сети. Простая взаимозависимость допускает использование централизованных сетей. Сложная взаимозависимость требует «командного» подхода к построению коммуникационных сетей. Однако сложная сеть может и не решить простую задачу.

Основные типы межличностных отношений. Взаимоотношения (синоним: межличностные отношения) в малой группе – это субъективные связи, возникающие в результате взаимодействия ее членов и сопровождаемые различными эмоциональными переживаниями индивидов, в них участвующих. Система межличностных отношений в малой группе в силу своей внутренней психологической обусловленности и сложности складывается порой стихийно. В структуре взаимоотношений людей обычно выделяют три взаимосвязанных компонента: *когнитивный, эмоциональный и поведенческий*. **Когнитивный компонент** межличностных отношений в малой группе включает в себя все психические процессы: ощущения, восприятие, представление, память, мышление, воображение. Взаимодействующий с другими людьми человек с помощью этих процессов познает индивидуально-психологические особенности партнеров по совместной деятельности. Под влиянием особенностей взаимных восприятий складываются и взаимопонимание, и взаимоотношения. **Эмоциональный компонент** – выражает положительные или отрицательные переживания, возникающие у человека под влиянием индивидуально-психологических особенностей других людей. Это могут быть симпатии или антипатии, удовлетворенность собой, партнером, работой и т. д. Эмоциональный компонент выполняет основную регулирующую функцию при неофициальных взаимоотношениях. Ведущую роль в регулировании взаимоотношений играет **поведенческий компонент**. Он включает мимику,

жестикуляцию, пантомимику, речь и действия, выражающие отношения данного человека к другим людям, к группе в целом. Основным критерием оценки межличностных отношений является состояние удовлетворенности/неудовлетворенности группы и ее членов. Важнейшую роль в этом играют симпатии/антипатии, привлекательность/непривлекательность.

Взаимоотношения в малой группе бывают разных видов. **Общественно-политические взаимоотношения** – это такие взаимоотношения, которые возникают и функционируют в процессе подготовки и проведения общественных и других мероприятий в группе. **Служебные взаимоотношения** – это взаимоотношения, складывающиеся в процессе совместной профессиональной деятельности членов малой группы при решении различного рода задач, достижения важных для ее членов целей. **Внеслужебные взаимоотношения** – отношения, складывающиеся между членами малой группы вне их служебной (профессиональной) деятельности: в часы досуга, в процессе совместного отдыха и т. д.

Взаимоотношения в малой группе должны отвечать требованиям определенных **принципов**. **Принцип уважения и субординации** предполагает создание таких взаимоотношений в малой группе, которые соответствуют: нормам общественной морали и нравственности, традициям, установленным в интересах общения и взаимодействия людей; предусматривают учет индивидуально- и социально-психологических особенностей всех ее членов, внимательное отношение к их интересам, склонностям и запросам. Этот же принцип требует субординации в отношениях между всеми членами группы, сохранения личного достоинства, профессионального и социального статуса каждого человека. **Принцип сплоченности** членов группы предполагает формирование у всех ее членов взаимопомощи, поддержки, взаимодействия и взаимопонимания. Члены малой группы обязаны высоко ценить принадлежность к ней, помогать и поддерживать друг друга, удерживать своих товарищей от недостойных поступков. **Принцип гуманизма** предполагает чуткость, отзывчивость, справедливость и человечность во взаимоотношениях в малой группе, которые должны характеризоваться доверием, искренностью, доступностью.

Стратегия общения – общая схема действий участников коммуникативного процесса, общий план достижения цели, к которой стремятся собеседники. Американский психолог В. Сатир предлагает свою классификацию стратегий общения (они еще называются категориями или моделями).

1. **Обвинитель.** Такой человек ведет себя так, будто он самый главный и от него все зависит. Это диктатор, хозяин ситуации, который постоянно ищет тех, кто виноват. Его внутреннее состояние: одиночество, неуверенность, потребность в самоутверждении за счет других.

2. **Тот, кто угождает.** Человек всегда в разговоре стремится угодить другим, извиняется, не вступает в споры. Демонстрирует свою беспомощность и зависимость от других, чувство вины за все, что происходит.

3. **«Компьютер»** – это человек, который всегда корректен, слишком спокоен, собран.

4. **Разрушитель.** Он никогда не говорит и не делает ничего конкретного, на вопросы отвечает неуместно, несвоевременно и не прицельно.

5. Тип, как **«выравнивание»**, для которого свойственны свобода, гармоничность и последовательность. Такой человек никогда не унижает человеческое достоинство, открыто выражает свое мнение. Это уравновешенная, цельная личность в отличие от первых четырех категорий, которые свидетельствуют о заниженной самооценке человека, чувство собственной неполноценности.

Стиль общения существенно влияет на поведение человека при его взаимодействии с другими людьми. Конкретный выбор стиля общения определяется такими факторами: личные качества человека, его мировоззрение и социальный статус в определенном обществе, характеристиками этого общества и др. Можно говорить о трех основных стилях: ритуальный, манипулятивный и гуманистический. **Ритуальное общение.** Главной задачей партнеров в этом стиле является поддержание связи с социумом, подкрепление представления о себе как о члене общества. В реальной жизни существует множество ритуалов, иногда очень разных ситуаций, в которых каждый участвует как «маска» с заранее определенными качествами. Эти ритуалы требуют от участников только одного – знания правил игры. Например, мы здороваемся со знакомыми и малознакомыми людьми, говорим о погоде, смеемся, жалуемся на бытовые трудности – это все элементы ритуального общения. **Манипулятивное общение.** Это общение, при котором к партнеру относятся как к средству достижения внешних по отношению к нему целей. В манипулятивном общении своему собеседнику демонстрируется только то, что поможет достижению цели. Победит тот, кто окажется самым находчивым манипулятором, т. е. тот, кто лучше знает партнера, лучше понимает цели, лучше владеет техникой

общения. Большое количество профессиональных задач предполагает именно манипулятивное общение. По сути любое обучение, убеждение, управление всегда включает в себя манипулятивное общение. **Гуманистическое общение.** Это в наибольшей степени личное общение, что позволяет удовлетворить такие человеческие потребности, как понимание, сочувствие, сопереживание. Ни ритуальное, ни манипулятивное общение не могут справиться с этой проблемой. Специфической особенностью гуманистического общения является то, что ожидаемым результатом его является не поддержка социальных связей, как в ритуальном общении, не изменение точки зрения партнера, как в манипулятивном, а общая смена представлений обоих партнеров, что определяется глубиной общения. Пример гуманистического общения: интимное, педагогическое, общение врача и пациента, психотерапевтическое и др.

Сущность **психологической коррекции непродуктивного стиля** общения состоит в гармонизации сферы внутриличностных реакций и межличностных отношений. Гармоничное общение человека с миром обусловлено его позитивным отношением к самому себе и к миру – верой в себя, в общественные ценности, в позитивную сущность другого человека. Гармония внутреннего мира человека и его внешних партнеров развивается в благоприятных взаимоотношениях, способствующих переживанию чувства доверия и личностной состоятельности, укрепляющих веру в позитивную сущность других людей. В неблагоприятных отношениях враждебности, принуждения, подчинения сильному авторитету, насыщенных негативными эмоциями, установка «я могу» блокируется. Переживаемое при этом чувство беспомощности, «невладения ситуацией» актуализирует установку «я не могу», усиливающую беспокойство, неуверенность в себе. Социальное «ты не можешь» («мы не можем»), возникающее в насыщенных негативными переживаниями отношениях враждебности, принуждения, подчинения сильному авторитету, порождает интенсивные эмоции страха, стыда, вины, гнева и становится источником конфликта свойственных каждому человеку установок «я хочу и могу» и ограничивающих установок «я хочу, но не могу». Конфликт установок «я могу – я не могу» и переживаемые при этом негативные эмоции становятся причиной дисгармонии в общении и эмоционально-рефлексивного закрепощения личности.

3.4. Психологические способы воздействия в процессе общения

Заражение – особый способ воздействия, ведущий к интеграции больших масс людей. Многие исследователи констатируют наличие особой «реакции заражения», возникающей особенно в больших открытых аудиториях, когда эмоциональное состояние усиливается путем многократного отражения по моделям обычной цепной реакции. Особой ситуацией, где усиливается воздействие через заражение, является ситуация **паники**. Паника возникает в массе людей как определенное эмоциональное состояние, являющееся следствием либо дефицита информации о какой-либо пугающей или непонятной новости, либо избытка этой информации. Широко известен пример возникновения массовой паники в США 30 октября 1938 г. после передачи, организованной радиоккомпанией Эн-би-си по книге Г. Уэллса «Война миров». Массы радиослушателей самых различных возрастных и образовательных слоев (по официальным данным, около 1 200 000 человек) пережили состояние, близкое к массовому психозу, поверив во вторжение марсиан на Землю. Хотя многие из них точно знали, что по радио передается инсценировка литературного произведения (трижды это объяснялось диктором), приблизительно 400 тыс. человек «лично» засвидетельствовали «появление марсиан».

Внушение – целенаправленное, неаргументированное воздействие одного человека на другого или на группу. При внушении осуществляется процесс передачи информации, основанный на ее некритическом восприятии. Часто всю информацию, передаваемую от человека к человеку, классифицируют с точки зрения меры активности позиции коммуникатора, различая в ней сообщение, убеждение и внушение. Именно эта третья форма информации связана с некритическим восприятием.

Подражание – воспроизведение индивидом черт и образцов демонстрируемого поведения. В истории социальной психологии подражанию уделено большое место. Как уже отмечалось, разработка идей о роли подражания в обществе характерна для концепции **Габриэля Тарда**, которому принадлежит так называемая теория подражания. В основных чертах эта теория сводится к следующему: фундаментальным принципом развития и существования общества служит подражание. Именно в результате подражания возникают групповые нормы и ценности. Подражание выступает как частный случай более общего «мирового закона повторения». Если в животном мире этот закон реа-

лизуется через наследственность, то в человеческом обществе – через подражание. Оно выступает источником прогресса: периодически в обществе совершаются изобретения, которым подражают массы. Эти открытия и изобретения входят впоследствии в структуру общества и вновь осваиваются путем подражания.



Л е к ц и я 4. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ СТРУКТУРНЫХ КОМПОНЕНТОВ ОБЩЕНИЯ. КОММУНИКАТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ

1. Понятие коммуникации. Эффективная коммуникация.
2. Коммуникативный потенциал личности.
3. Коммуникативные качества речи.
4. Речевая деятельность и речевая ситуация.
5. Вербальное речевое воздействие.
6. Невербальные средства общения.
7. Техника речи.
8. Виды и техника слушания.
9. Правила успешной коммуникации.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Б а т а р ш е в, А. В. Психология личности и общения / А. В. Батаршев. – М.: ВЛАДОС, 2004.
2. Б о р о з д и н а, Г. В. Психология делового общения / Г. В. Бороздина. – М.: ИН-ФРА, 2006.
3. Г о р я н и н а, В. А. Психология общения: учеб. пособие / В. А. Горянина. – М.: Академия, 2002.
4. С т а н к и н, М. И. Психология общения: курс лекций / М. И. Станкин. – М.: Изд-во Московского психолого-социального института, 2003.
5. Ф о м и н, Ю. А. Психология делового общения / Ю. А. Фомин. – Минск: Амалфея, 2000.

4.1. Социально-психологическая характеристика основных структурных компонентов общения

Проблема общения относится к базовым категориям психологической науки. Результат общения – складывающиеся отношения между людьми. Общение выступает как специфическая форма взаимодействия человека с другими людьми, как взаимодействие субъектов. Для общения необходимы по меньшей мере два человека, каждый из которых выступает как субъект.

Условно можно выделить три стороны общения: коммуникативную, интерактивную, перцептивную.

Коммуникативная сторона общения проявляется через действия личности, сознательно ориентированные на их смысловое восприятие другими людьми.

Интерактивная сторона (англ. interaction – взаимодействие) представляет собой взаимодействие (и воздействие) людей в процессе межличностных отношений.

Перцептивная сторона общения (лат. perceptio – восприятие) проявляется через восприятие и оценку людьми социальных объектов: других людей, самих себя, групп, социальных общностей.

Все стороны общения взаимосвязаны и взаимообусловлены.

1. Понятие коммуникации. Эффективная коммуникация.

Содержание конкретной коммуникации может быть различным: обсуждение новостей, сообщение о погоде или спор о политике и т. п. Необходимо помнить, что коммуникация в общении всегда значима для ее участников, так как обмен сообщениями происходит ради достижения целей, удовлетворения потребностей и т. д.

В переводе с англ. «коммуникация» – это общение и связь. Все мы устанавливаем связи с окружающими, строим сеть отношений с близкими, друзьями, коллегами. Посредством коммуникации происходит воздействие на поведение партнера. Коммуникативное влияние возможно лишь при единых или сходных системах кодификации и декодификации у партнеров. Проще говоря, все должны говорить на одном языке. У общающихся должны быть идентичны: лексическая система, синтаксическая система, одинаковое понимание ситуации общения.

Но даже если системы кодификации и декодификации совпадают, то у общающихся людей могут возникнуть специфические барьеры, что связано со всевозможными политическими, религиозными, профессиональными различиями – разные люди, говоря одно и то же, могут подразумевать под этим разные вещи.

Коммуникация – процесс двустороннего обмена информацией, ведущий к взаимному пониманию. Если не достигнуто понимание, коммуникация не состоялась.

Но коммуникация – это не просто передача информации от одного человека к другому. Это именно активный обмен ею.

Коммуникативный процесс – это процесс обмена информацией между двумя или более людьми. Его цель – обеспечить передачу и понимание информации, являющейся предметом обмена. Существует четыре базовых элемента коммуникационного процесса:

отправитель (коммуникатор) – лицо, генерирующее идею или собирающее информацию и передающее ее;

сообщение (процесс кодирования) – непосредственно информация;

канал – средство передачи информации (устная передача, совещания, телефонные переговоры, письменная передача, служебные записки, отчеты, электронная почта, компьютерные сети);

получатель (адресат, реципиент) – лицо, которому предназначена информация и которое интерпретирует ее.

Процесс общения и прежде всего делового общения – это коммуникация, т. е. обмен информацией, значимой для участников общения (обмен мнениями, идеями, переживаниями, соображениями, настроениями, желаниями и т. п.).

Что наиболее характерно для коммуникативной стороны общения? Во-первых, содержание конкретной коммуникации может быть чрезвычайно разнообразным: от утилитарного, бытового до научного, высокоинтеллектуального. Во-вторых, именно коммуникативные способности партнеров, в основном, обеспечивают эффективность делового общения. В-третьих, коммуникация в деловом общении всегда значима для его участников, поскольку обмен информацией происходит не «просто так», а ради достижения каких-то целей, удовлетворения каких-то потребностей. В-четвертых, коммуникация в деловом общении – это всегда влияние, воздействие на партнера; в случае успеха коммуникации происходит изменение мыслей, чувств, ощущений, представлений о мире у того, кому она адресована.

Эффективность коммуникации зависит от следующих факторов: а) правильного использования средств коммуникации, т. е. коммуникативных способностей, знаний, умений и навыков (культура речи, умение задавать вопросы и оценивать ответы и др.); б) способности осознавать и преодолевать коммуникативные барьеры.

При всяком рассмотрении коммуникации с точки зрения теории информации фиксируется лишь формальная сторона дела: как инфор-

мация передается, в то время как в условиях человеческого общения информация не только передается, но и формируется, уточняется, развивается. В коммуникативном процессе происходит активный обмен информацией.

Коммуникационный процесс можно разбить на пять этапов.

I этап – начало обмена информацией, когда отправитель должен ясно представить, «что именно» (какую идею и в какой форме ее выразить) и «с какой целью» он хочет передать и какую ответную реакцию получить.

II этап – воплощение идеи в слова, символы, в сообщение. Выбираются и используются различные каналы передачи информации, речь, жесты, мимика, письменные материалы, электронные средства связи: компьютерные сети, электронная почта и т. д.

III этап – передача информации через использование выбранных каналов связи.

IV этап – получатель информации переводит вербальные (словесные) и невербальные символы в свои мысли – этот процесс называют декодированием.

V этап – этап обратной связи – отклик получателя на полученную информацию, на всех этапах коммуникационного процесса могут существовать помехи, искажающие смысл передаваемой информации.

Руководитель от 50 до 90 % времени тратит на коммуникацию, ведь он должен довести информацию до подчиненных и получить от них требуемую реакцию, а также осуществлять информационное взаимодействие с коллегами и вышестоящим руководством. 80 % зарубежных руководителей считают, что обмен информацией – одна из самых сложных проблем в организациях, а неэффективные коммуникации – это главное препятствие на пути достижения успешной деятельности фирмы, ведь если люди не могут эффективно обмениваться информацией, они не смогут работать вместе и достигать общих целей.

В структуру коммуникативной стороны общения входит: формирование информации; передача информации; уточнение информации; развитие информации.

Информация, которая исходит от коммуникатора, может быть двух типов:

- побудительная;
- констатирующая.

Побудительная информация, передаваемая человеку, может выражаться в приказе, совете, просьбе. Цель коммуникатора, передающего

такую информацию, – изменить наше поведение в сторону совершения какого-либо поступка.

Констатирующая информация выступает в форме сообщения. Такой вид информации используется в различного рода образовательных системах. На первый взгляд, констатирующая информация не влияет на наше поведение. Но на самом деле в итоге она тоже оказывает влияние на наши поступки. Поэтому констатирующую информацию относят к коммуникации.

Практически для каждого важно уметь общаться таким образом, чтобы его правильно понимали, слушали и слышали. В большинстве ситуаций ответственность за эффективность общения несет говорящий. Это его вина, если он не смог привлечь внимания к главному. Иными словами, слушающий – пассивная сторона, а говорящий – активная.

Коммуникативная позиция каждого участника общения может быть сильной и слабой: коммуникативная позиция начальника и подчиненного, родителей и ребенка, учителя и ученика. Коммуникативная позиция может изменяться в разных ситуациях общения, а также по ходу общения. Свою коммуникативную позицию любой человек может изменить путем применения определенных правил и приемов речевого воздействия. Усиливают коммуникативную позицию следующие приемы: повтор обращения (закон имени); повышение эмоциональности речи; приближение к собеседнику, открытые жесты, прикосновения, комплименты; повышение громкости голоса, придающее речи авторитетность и уверенность; демонстрация доброжелательности мимикой, жестами, привлекательность нашего внешнего вида.

Защищая свою коммуникативную позицию, мы не позволяем собеседнику оказывать на нас давление, помогаем себе устоять против его аргументации, нажима. Защитить свою позицию можно: увеличивая дистанцию между нами и собеседником, разместившись за препятствием (за столом, букетом цветов), принимая закрытые позы, отклоняясь назад при разговоре.

Коммуникативная неудача – это отрицательный результат общения, т. е. такое завершение общения, когда его цель не достигнута. Коммуникативные неудачи постигают нас, когда мы неправильно строим свое речевое воздействие: выбираем не те способы, не учитываем особенности адресата.

Коммуникативная грамотность – это умение вести общение эффективно и бесконфликтно. Мы все ежедневно допускаем множество грубейших ошибок в общении. Например, делаем замечания незнако-

мым, даем советы тем, кто нас не просит, критикуем людей при свидетелях. Мы не умеем аргументировано доказывать свою точку зрения, испытываем растерянность в споре, боимся выступать перед людьми, теряемся перед микрофоном или телекамерой. Все это снижает эффективность нашей работы, не позволяет достичь успеха, не дает возможность донести до людей свои мысли. Установлено, что наши деловые контакты будут успешными в 7 случаях из 10, если мы владеем правилами эффективного общения.

Какую коммуникацию можно считать эффективной? Которая ведет к достижению цели. Эффективность должна определяться для каждого участника общения отдельно. Цели общения могут быть разными:

- информационная;
- предметная (что-либо получить, изменить в поведении);
- коммуникативная (формирование отношений между коммуникантами).

Эффективность речевого воздействия определяется двумя взаимосвязанными факторами: достижением поставленной цели, сохранением коммуникативного равновесия.

Эффективность коммуникации прямо пропорциональна объему затраченных коммуникативных усилий. Например, короткие просьбы и распоряжения всегда выполняются менее охотно, так как воспринимаются как более грубые и агрессивные. Вежливость предполагает особую интонацию, более развернутые формулы просьбы и распоряжения. Надо учиться просить, отказывать развернуто – это оказывается более эффективно.

Эффективная коммуникация характеризуется:

- достижением партнерами взаимопонимания;
- пониманием ситуации и предмета общения;
- обеспечением достижения цели оптимальными усилиями.

Особенности коммуникативной стороны общения.

Когда говорят об общении как обмене информацией, подразумевают коммуникативную сторону общения. Однако существуют и следующие важные характеристики коммуникации.

1. В коммуникативном процессе происходит не просто передача информации, а активный обмен ею. Особую роль для каждого участника общения играет значимость информации при условии, что она не просто принята, но и понята, осмыслена.

2. Обмен информацией предполагает психологическое воздействие на партнеров в целях изменения его взглядов либо поведения. Эффективность коммуникации и определяется именно тем, насколько удалось это воздействие.

3. Коммуникативное влияние как результат обмена информацией возможно лишь когда оба участника общения обладают единой системой кодирования, т. е. «все должны изъясняться на одном языке».

4. В процессе общения возникают так называемые коммуникативные барьеры, которые носят психологический, культурный и социальный характер.

4.2. Коммуникативный потенциал личности

В настоящее время в психологической литературе, посвященной изучению коммуникативных возможностей человека, часто встречается термин «коммуникативная компетентность». Под коммуникативной компетентностью Ю. Н. Емельянов понимает «такой уровень сформированности межличностного опыта, который требуется индивиду, чтобы в рамках социального статуса успешно функционировать в данном обществе». Р. А. Максимова предложила понятие «коммуникативный потенциал» личности как «наличие у человека определенного рода коммуникативных качеств, характеризующих его возможности в осуществлении коммуникативной деятельности».

Коммуникативная компетентность рассматривается как система внутренних ресурсов, необходимых для построения эффективной коммуникации в определенной ситуации межличностного взаимодействия.

Эффективность коммуникативной составляющей профессиональной деятельности во многом зависит от развития вербальной техники. Мастерство устной речи, умение привлекать и удерживать внимание собеседника, убеждать, воздействовать на настроение партнеров – без этого немислима эффективная коммуникация. Речь занимает центральное место в коммуникативных действиях личности.

В структуре коммуникативного потенциала личности выделяют четыре взаимосвязанных уровня: базовый, содержательный, операциональный, рефлексивный. Назначение каждого уровня – обеспечить определенный аспект коммуникативной составляющей профессиональной деятельности.

Базовый уровень коммуникативного потенциала определяет общую направленность и мотивацию коммуникативных действий, ее соотносительность с профессиональными целями.

Содержательный уровень обеспечивает построение коммуникативных программ с целью решения конкретной профессиональной задачи. Успешность построения коммуникативных программ определяется широтой и глубиной комплекса коммуникативных знаний личности:

знание основных видов общения, механизмов влияния, закономерностей восприятия и понимания людьми друг друга.

Операциональный уровень коммуникативного потенциала призван обеспечить выполнение необходимых коммуникативных действий для решения профессиональных задач. Сюда входят навыки вербального и невербального воздействия, умение организовывать контакт с аудиторией, умение аргументировать свою точку зрения, умение слушать и слышать собеседника и т. д.

Рефлексивный уровень обеспечивает оценивание и анализ собственной коммуникативной деятельности, выступающий условием самосовершенствования личности в коммуникативной сфере.

Коммуникативные способности – это владение инициативой в общении, способность проявлять активность, эмоционально откликаться на состояние партнеров по общению, формировать и реализовывать собственную программу общения.

4.3. Коммуникативные качества грамотной речи

Для правильной красивой речи характерны следующие свойства: точность, логичность, чистота, выразительность, богатство (разнообразие) и уместность.

Еще в древние времена точность признавалась основным достоинством речи.

Способности хорошо говорить, писать и умение правильно мыслить взаимосвязаны. «Кто ясно мыслит, ясно излагает», – так звучит известный афоризм Платона. В. Г. Белинский отмечал: «Слово отражает мысль: непонятна мысль – непонятно и слово».

Точность связана со знанием предмета речи, значением слов, т. е. с культурой речи в целом.

Точность речи – это главным образом соответствие слов обозначаемым предметам (явлениям) действительности или соответствие между общепринятым значением слова и его применением в речи. Точность как качество речи связывается прежде всего с лексическим уровнем в системе языка, значит, точность речи можно понимать как соблюдение в речи норм словоупотребления.

Следует разделять два вида точности: **точность предметную** и **точность понятийную**.

Первый вид точности создается экстралингвистической (внеязыковой) связью *речь – действительность*. Она состоит в соответствии содержания речи тому кругу предметов, явлений действительности, которые речью отображаются. В речи должны быть четко представлены

явления жизни, предметы и события действительности, о которых говорится. В связи с этим человек должен хорошо знать то, о чем он говорит.

Существует еще и понятийная точность – соответствие содержания речи той системе понятий, которая в ней обозначена. По мнению Л. Н. Толстого, «слово – выражение мысли, поэтому слово должно соответствовать тому, что оно выражает». Снижает точность речи незнание о существовании в языке паронимов, омонимов, незнание смысла иностранных слов (тактическая ошибка – тактичный человек; «закон об упразднении транспортных судов», свободная вакансия).

Можно сделать вывод, что **точность** – это такое коммуникативное качество речи, которое возникает как соответствие смысловой стороны речи (плана содержания) предметно-вещной действительности, системе выражаемых понятий и проявляется в использовании слов в полном соответствии с их языковыми значениями.

Основными условиями, способствующими созданию точной речи, являются:

- 1) экстралингвистическое условие – знание предмета речи;
- 2) собственно лингвистическое – знание языка, его системы, возможностей;
- 3) условие, опирающееся на два предыдущих – умение соотносить знания предмета со знанием языковой системы и ее возможностей в конкретном акте коммуникации.

Следующее качество речи – **логичность**. Она связана с точностью, но вместе с тем четко отличается от нее. Точность является предварительным условием логичности.

Логичность может нарушаться даже при строгом употреблении слов. Для того чтобы достичь логичности речи, необходимо добиться смысловой непротиворечивости частей в одном высказывании и такой же непротиворечивости высказываний в целом тексте.

Условия логичности:

- 1) экстралингвистическое условие – овладение логикой рассуждения – «нормами или принципами правильного рассуждения в поисках новой истины». Прежде чем научиться логично говорить и писать, человек должен научиться логично мыслить;
- 2) структурное условие, или собственно лингвистическое: знание языковых средств, способствующих организации смысловой связанности и непротиворечивости элементов речевой структуры.

Чистой называют речь, в которой нет чуждых литературному языку элементов, нет элементов языка, отвергаемых нормами нравственности.

Разрушают чистоту речи следующие средства:

1) диалектизмы, т. е. слова, свойственные не общему языку народа, а местным говорам;

2) варваризмы, т. е. включение в речь без надобности иноязычных слов;

3) жаргонизмы, т. е. слова и словесные обороты, возникающие и применяющиеся в жаргонах – узкогрупповых «ответвлениях» от народного языка;

4) к числу средств, чуждых литературному языку, требованиям нравственности, принадлежат вульгаризмы – слова, грубо, вульгарно обозначающие какой-то круг предметов, явлений жизни и унижающие достоинство и честь человека;

5) слова-паразиты, засоряющие речь (*так сказать, значит, как бы*).

Правильность речи. Требование правильности речи относится не только к лексике – оно распространяется на все уровни языка: на грамматику, словообразование, произношение, ударение, а в письменной речи – на орфографию и пунктуацию. На всех «ярусах» языка требуется соблюдение нормы. За норму принимают наиболее распространенные из числа существующих, закрепившихся в практике образцового использования, наилучшим образом выполняющих свою функцию языковых (речевых) вариантов. Норма обязательна как для устной, так и для письменной речи, охватывает все стороны языка. Языковые нормы отражают закономерные процессы и явления, происходящие в языке, и поддерживаются речевой практикой. Нормы литературного языка отражают самобытность национального языка, способствуют сохранению языковой традиции, исторического, культурного наследия прошлого.

Выделяют:

– акцентологические нормы (нормы ударения): Августовский, ба-ловАть, гЕнезис, квартАл, осуждЁнный, нефтепровОд, красИвее и т. д.;

– орфоэпические нормы (нормы произношения): коне[шн]о, ле[хк]ий, с[тэ]нд;

– морфологические нормы, регулирующие употребление различных форм слов (формы падежей, рода, числа и др.): торты, килограмм помидоров, нет тУфель, хороший шампунь, скучаю по вас;

– лексические нормы, касающиеся правильного употребления слов («слаживать числа» – надо: складывать; «предоставить к награде» – надо: представить);

– синтаксические нормы, регулирующие правильность сочетаний слов в словосочетаниях и предложениях (согласно приказу, иметь значение, играть роль, необходимо подчеркнуть, что);

– фразеологические нормы связаны с употреблением устойчивых выражений («скрепя сердцем» – надо: скрепя сердце; «они нагнетают международное положение» – надо: нагнетать напряженность);

– стилистические нормы требуют знания законов конкретного функционального стиля («Вода – необходимый фактор урожая»).

Выразительность речи называются такие особенности ее структуры, которые поддерживают внимание и интерес у слушателя или читателя, т. е. речь, обладающая этими особенностями, и будет называться выразительной. Типологии выразительности пока не существует. Есть несколько оснований, различающих выразительность речи. Первое основание – ситуация общения. Например, выразительность речи учителя не совпадает с выразительностью речи оратора и т. д. Другое основание – структурные области языка. Выделяется выразительность произносительная, акцентологическая, лексическая, интонационная и стилевая (или стилистическая).

Выразительность зависит от разных условий. Среди них выделяют:

1) самостоятельность мышления (стереотипное мышление и шаблонное чувство не позволяют делать речь выразительной и яркой);

2) равнодушие, интерес автора речи к тому, о чем он говорит;

3) богатый словарный запас;

4) хорошее знание языка, его изобразительных возможностей;

5) знание свойств и особенностей языковых стилей: художественного, научного, делового, публицистического, разговорного;

6) систематическая и осознанная тренировка речевых навыков. Человеку необходимо учиться контролировать свою речь, отмечать выразительные и шаблонные моменты.

К выразительным средствам языка в первую очередь относят тропы и фигуры, а также единицы языка всех уровней, начиная со звуков и заканчивая синтаксисом и стилями.

Для создания выразительности очень важна интонация. Интонация определяется как движение в процессе развертывания речи высот звучания, силы, темпа, тембра и членения ее паузами. Существует типология интонации, которая соответствует разным синтаксическим структурам (вопрос, восклицание), членению предложения в зависимости от выражаемого смысла. Нужно заметить, что, усваивая язык, мы лучше всего усваиваем типы изменений тона по высоте. У нас больше свободы в возможностях варьирования тембра, темпа, силы, пауз.

Интонация позволяет выражать логическое значение высказывания, его эмоциональные и волевые «созначения».

Богатство речи является одним из главных коммуникативных качеств речи.

Самый первый критерий богатства и бедности речи – количество слов, которое мы используем. В одном из самых известных русских словарей – «Толковом словаре живого великорусского языка» В. И. Даля, собранном еще в XIX в., – около 250 тыс. слов.

Богатство речи обеспечивается активным запасом языковых средств каждого человека, т. е. запасом слов, их значений, запасом типовых интонаций и т. д. Сюда относятся и совокупность навыков, нужных для незатруднительного и целесообразного применения средств языка, находящихся в активном языковом запасе человека.

Лексическое богатство проявляется в том случае, если в речи не применяется повторение одних и тех же слов, не несущих специально коммуникативного задания. Это возможно при условии большого активного запаса слов.

Важное коммуникативное качество речи – ее **уместность**.

Уместность – такая организация средств языка, которая делает речь отвечающей целям и условиям общения. Уместная речь соответствует теме разговора, его логическому и эмоциональному содержанию, рассчитана на определенный состав слушателей. Уместность регулирует в конкретной языковой ситуации содержание таких качеств, как точность, чистота, выразительность. Уместность относят к функциональным качествам, в ее основе – идея целевой установки высказывания. С этой точки зрения уместность – адекватность применяемых языковых средств целям высказывания. Выделяют несколько видов уместности:

- 1) уместность стилевая;
- 2) контекстуальная;
- 3) ситуативная;
- 4) личностно-психологическая.

Стилевая уместность регулирует уместность отдельного слова, оборота, конструкции.

Случается, языковое средство, неприемлемое для определенного стиля, условий общения, в конкретном контексте будет уместным. Например, отглагольные существительные наиболее часто употребляются в деловой и научной речи, но неуместны для многих других стилей.

Во время общения необходимо учитывать характер собеседника, его психологические качества. Это поможет успешно донести информацию до собеседника.

Основная задача всех коммуникативных качеств речи – обеспечить многостороннюю действенность, эффективность речи.

Таким образом, к правильной речи предъявляется множество требований: требование простоты и ясности, логичности и точности, информативности и сжатости, богатства и разнообразия, благозвучия и интонационной выразительности.

4.4. Речевая деятельность и речевая ситуация

В структуру речевого взаимодействия входят речевое событие, речевая ситуация, речевое взаимодействие.

Речевое событие включает два основных компонента:

1) словесную речь (то, что говорится, сообщается) и то, что ее сопровождает;

2) условия, обстановку, в которой происходит речевое общение между участниками.

К основным составляющим речевой ситуации относят говорящего, слушающего, цели, время и место высказывания. Речевая ситуация позволяет правильно интерпретировать сообщение, уточнять его целевую функцию (угроза, просьба, совет), выявлять причинные связи высказываний.

Речевая ситуация диктует правила ведения разговора и определяет формы его выражения (у врача, в магазине, по телефону).

Косвенные высказывания – когда прямой смысл расходится со смыслом речевой ситуации (здесь холодно – закрой окно; мне нездоровится – оставьте меня в покое, не могу работать). Смысл косвенных высказываний становится понятен только в контексте речевой ситуации.

Речевое взаимодействие представляет собой очень сложное явление. Чтобы понять его смысл, следует уяснить, что такое речевая деятельность и как она протекает.

Речевой процесс начинается в коре головного мозга в двух его центрах: акустическом (сенсорном) центре Вернике (по фамилии физиолога, открывшего его в 1874 г.) и двигательном (моторном) центре Брока, который находится в левом полушарии. Центр Вернике помогает слушающему различать звуки речи и отличать их от других возможных звуков. Кроме того, этот центр – своеобразная «кладовая» па-

мяти, в нем хранятся все известные нам слова. Второй центр руководит органами речи, заставляет их совершать артикуляцию, необходимую для образования того или иного звука.

Речемыслительный процесс не ограничивается работой названных центров, в нем участвуют и другие области коры головного мозга. Механизм речевой деятельности человека необыкновенно сложен и до конца еще не изучен.

Речевая деятельность носит социальный характер, который проявляется и в том, что для ее осуществления требуется партнер, коллектив. В процессе речевого взаимодействия субъектов участвуют их мышление, воля, эмоции, знания, память.

Помимо непосредственных участников – говорящего и слушающего – необходим предмет речи, цель, вербальные средства (язык), которыми пользуются участники общения.

Речевая деятельность, как и любая другая деятельность, складывается из процессов, которые обеспечивают, делают возможным осуществление акта речи.

Процессы порождения речи, ее восприятие, понимание, реагирование на нее обуславливают соответствующие функции языковой системы и ее единиц.

Речевые ситуации бывают разнообразными. Для адресата и говорящего важно, в какую речевую ситуацию он попадает. Например, служащего вызывает начальник, приглашают на курсы переподготовки, задание выступить с докладом перед коллегами, производственное совещание и т. д.). В какой бы речевой ситуации ни оказался человек, если он стремится добиться успеха, достичь цели, обратить на себя внимание, то должен прежде всего сориентироваться в сложившейся обстановке, осознать, что может привести к успеху, чем следует руководствоваться.

По речи можно определить психологическое состояние говорящего (речь взволнованная, искренняя, лстивая, грубая, агрессивная, безразличная, ласковая), ее целевое назначение (убеждающая, информационная, агитационная), ее коммуникативную значимость (речь содержательная, бессмысленная, пустая, глубокая, обдуманная), отношение говорящего к собеседнику (уважение, безразличие, презрение, равнодушие, ирония, угроза, лсть). Речевая деятельность всегда преследует какую-то цель, поэтому важно, достигла ли она результата.

4.5. Вербальное речевое воздействие

Передача любой информации возможна лишь посредством знаков, точнее знаковых систем. Вербальная коммуникация использует в качестве знаковой системы человеческую речь, естественный звуковой язык, т. е. систему фонетических знаков, включающую два принципа: лексический и синтаксический.

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

Исследование речевой деятельности органически связано с психологией, социологией, психофизиологией.

Язык и речь – понятия не синонимичные. Язык – это система знаков, служащая средством человеческого общения, мыслительной деятельности, способом выражения самосознания личности.

Речь – форма и процесс общения, специфический способ формулирования и передачи мыслей с помощью языковых средств.

Язык выражает ментальность этноса. В языке хранится история народа, специфика развития. Речь отражает психологию отдельно взятого человека. Сократ: «Заговори, чтобы я тебя увидел». Речь человека – важнейший показатель не только его психического содержания, но и духовного, интеллектуального, нравственного развития. Платон: «Кто ясно мыслит, ясно излагает».

Различают следующие виды речи: устную, внутреннюю, письменную, диалог, монолог. В речь входят невербальные средства, акустическая информация.

При вербальном речевом воздействии имеет значение, что вы говорите, какими словами выражаете свою мысль, какие аргументы приводите и др.

Иногда кажется, что главное – это содержание речи, но один текст, сказанный разными людьми в разных ситуациях, производит разное воздействие.

Общение, будучи сложным социально-психологическим процессом взаимопонимания между людьми, осуществляется по следующим основным каналам: речевому (вербальному) и неречевому (невербальному).

Речь как вербальное средство общения одновременно выступает и источником информации, и способом воздействия на собеседника.

Речь как средство общения одновременно выступает и как источник информации, и как способ воздействия на собеседника.

В структуру речевого общения входят:

1. Значение и смысл слов, фраз. Разум человека проявляется в ясности его речи. Играет важную роль точность употребления слова, его выразительность и доступность, правильность построения фразы и ее доходчивость, правильность произношения звуков, слов, выразительность и смысл интонаций.

2. Речевые звуковые явления: темп речи (быстрый, средний, замедленный), модуляция высоты голоса (плавная, резкая), тональность голоса (высокая, низкая), ритм (равномерный, прерывистый), тембр (раскатистый, хриплый, скрипучий), интонация, дикция. Наблюдения показывают, что наиболее привлекательной в общении является плавная, спокойная, размеренная манера речи.

3. Выразительные качества голоса: характерные специфические звуки, возникающие при общении: смех, хмыканье, плач, шепот, вздохи и др.; разделительные звуки – это кашель; нулевые звуки – паузы, а также звуки назализации – «хм-хм», «э-э-э» и др.

4. Интонация, эмоциональная выразительность способны придавать разный смысл одной и той же фразе.

5. Мимика, поза, взгляд собеседника могут усиливать, дополнять или опровергать смысл фразы.

6. Жесты как средства общения могут быть общепринятыми, т. е. иметь закрепленные за ними значения, или экспрессивными, т. е. служить для большей выразительности речи.

Значение и смысл слов, фраз предполагает точность употребляемых слов, выразительность, доступность, правильность построения фраз, произношения слов, постановки ударения.

Исследования показывают, что в ежедневном акте коммуникации человека слова составляют 7 %, звуки и интонации – 38 %, неречевое взаимодействие – 53 %. «Говорим голосом, беседуем всем телом», – говорил Публиций.

В контексте общения речь обладает рядом психологических свойств, в которых отражаются индивидуальные и групповые характеристики людей, вступивших в речевое взаимодействие: понятность, содержательность, выразительность, информативность.

Многое в понимании информации зависит и от того, насколько грамотно, ясно и лаконично мы излагаем свои мысли, осуществляя вербализацию. К вербальным средствам коммуникации предъявляются следующие требования:

1) убедительность – определяется особенностями говорящего: темпераментом и характером, логичностью, способностью преодолевать коммуникативные барьеры, уверенностью в себе, конгруэнтностью,

рефлексивностью, а также самой атмосферой беседы, которая может быть благоприятной или неблагоприятной, доброжелательной или недоброжелательной;

2) культура речевого общения включает прежде всего свободное владение языком и адекватное использование его вариантов: литературного языка, просторечия, профессиональной лексики, ненормативной лексики; речевая культура в деловом общении выражается в оценке уровня мышления собеседника, его жизненного опыта и в обращении к собеседнику на понятном для него языке; при деловом разговоре нужно употреблять простые, ясные и точные слова, грамотно формулировать свою мысль, недаром существует выражение «режет слух»; сплошь и рядом режет слух неправильное ударение в словах типа «на□чать» (вместо «начать»), «до□говор» (вместо «договор»), «ката□лог» (вместо «каталог»), «зво□нит» (вместо «звонит»), употребление не существующей в русском языке формы повелительного наклонения «ложите»;

3) диалогичность, т. е. ориентированность не на себя, а на собеседника и интересы дела. Если в общении мы ориентированы на себя, а не на собеседника, то мы не организуем свои мысли перед тем, как их высказываем, а говорим спонтанно; из-за небрежности или неуверенности не выражаем свои мысли точно, поэтому они приобретают двусмысленность; говорим слишком длинно, так что слушатель к концу нашего высказывания уже не помнит, что было вначале; продолжаем говорить, даже не замечая, реагирует слушатель или нет. Высказывания без ориентации на собеседника носят форму монолога, а сумма потерь информации при монологическом общении может достигать 50 %, в некоторых случаях – и 80 % от объема исходной информации.

Наиболее эффективной формой общения является диалог, в основе которого лежит умение задавать вопросы и оценивать, понимать ответы.

4.6. Невербальные средства общения

Согласно исследованиям, значительная часть речевой информации при обмене воспринимается через язык поз и жестов и звучание голоса. 55 % сообщений воспринимается через выражение лица, позы и жесты, а 38 % – через интонации и модуляции голоса. Отсюда следует, что всего 7 % остается словам, воспринимаемым получателем, когда мы говорим. Другими словами, во многих случаях то, как мы говорим, важнее слов, которые мы произносим.

Учиться понимать язык невербального общения важно по нескольким причинам. Во-первых, словами можно передать только фактические знания, но чтобы выразить чувства, одних слов часто бывает недостаточно. Чувства, не поддающиеся словесному выражению, передаются на языке невербального общения. Во-вторых, знание этого языка показывает, насколько мы умеем владеть собой. Невербальный язык скажет о том, что люди думают о нас в действительности. И, наконец, невербальное общение ценно особенно тем, что оно спонтанно и проявляется бессознательно. Поэтому, несмотря на то, что люди взвешивают свои слова и контролируют мимику, часто возможна утечка скрываемых чувств через жесты, интонацию и окраску голоса, т. е. невербальные каналы общения редко поставляют недостоверную информацию, так как они поддаются контролю в меньшей степени, чем словесное общение. В социально-психологических исследованиях разработаны различные классификации невербальных средств общения, к которым относят все движения тела, интонационные характеристики голоса, тактильное воздействие, пространственную организацию общения. Следует отметить, что невербальное поведение личности полуфункционально. Невербальное поведение:

- создает образ партнера по общению;
- выражает качество и изменение взаимоотношений партнеров по общению, формирует эти отношения;
- является индикатором актуальных психических состояний личности;
- выступает в роли уточнения, изменения понимания вербального сообщения, усиливает эмоциональную насыщенность сказанного;
- поддерживает оптимальный уровень психологической близости между общающимися;
- выступает в качестве показателя статусно-ролевых отношений.

Эффективность общения определяется не только степенью понимания слов собеседника, но и умением правильно оценить поведение участников общения, их мимику, жесты, движения, позу, направленность взгляда, т. е. понять язык невербального общения. Этот язык позволяет говорящему полнее выразить свои чувства, показывает, насколько участники диалога владеют собой, как они в действительности относятся друг к другу.

Невербальные средства общения изучают следующие науки:

1. Кинесика изучает мимику, жестику, пантомимику.
2. Такесика изучает прикосновения, поглаживания, отталкивания.

3. Проксемика исследует расположение объектов общения в пространстве.

Мимика – движение мышц лица, несет свыше 70 % информации. Лицо человека может сказать больше, чем произнесенные слова. Замечено, что если глаза человека встречаются с глазами партнера менее 1/3 времени разговора, значит, он лжет.

В литературе отмечается более 20 000 описаний выражения лица. Главной характеристикой мимики является ее целостность и динамичность. Это означает, что в мимическом выражении лица шесть основных эмоциональных состояний (гнев, радость, страх, печаль, удивление, отвращение), все движения мышц лица скоординированы, при этом основную информативную нагрузку несут брови и губы.

Общающиеся люди обычно смотрят в глаза друг другу не более 10 секунд. Если на нас смотрят мало, мы имеем основание полагать, что к нам или к тому, что мы говорим, относятся плохо, а если слишком много, это может восприниматься как вызов или слишком заинтересованное к нам отношение.

Американскими психологами Р. Экслином и Л. Винтерсом было доказано, что взгляд связан с процессом формирования высказывания. Когда человек только формирует мысль, он чаще смотрит в сторону, «в пространство», когда мысль полностью готова, – на собеседника, тот, кто в данный момент говорит, меньше смотрит на партнера – только чтобы проверить его реакцию и заинтересованность. Слушающий в свою очередь больше смотрит в сторону говорящего. По своей специфике взгляд может быть:

1) деловой – когда взгляд фиксируется в районе лба собеседника, это предполагает создание серьезной атмосферы делового партнерства.

2) социальный – взгляд концентрируется в треугольнике между глазами и ртом, это способствует созданию атмосферы непринужденного светского общения.

3) интимный – взгляд направлен не в глаза собеседника, а ниже лица – до уровня груди. Такой взгляд говорит о большой заинтересованности друг другом в общении.

4) взгляд искоса используется для передачи интереса или враждебности. Если он сопровождается слегка поднятыми бровями или улыбкой, он означает заинтересованность. Если же он сопровождается нахмуренным лбом или опущенными уголками рта, это говорит о критическом или подозрительном отношении к собеседнику.

Все жесты в общении можно разделить на следующие группы:

- коммуникативные (жесты приветствия, прощания, привлечения внимания, запретов, удовлетворительные, отрицательные, вопросительные и т. д.);

- модальные, т. е. выражающие оценку и отношение (жесты одобрения и неудовлетворения, доверия и недоверия, растерянности и т. п.);

- описательные жесты, имеющие смысл только в контексте речевого высказывания.

В процессе общения не нужно забывать о *конгруэнтности*, т. е. совпадении жестов и речевых высказываний. Речевые высказывания и жесты, их сопровождающие, должны совпадать. Противоречие между жестами и смыслом высказываний является сигналом лжи.

Жесты при общении несут много информации. В языке жестов, как и в речи, есть слова, предложения. Выделяют следующие виды жестов:

1. Жесты-иллюстраторы – это жесты сообщения: своеобразные движения руками, соединяющие воображаемые предметы.

2. Жесты-регуляторы выражают отношение говорящего к чему-либо (улыбка, кивок, направление взгляда, движения руками и пр.).

3. Жесты-эмблемы – своеобразные заменители слов или фраз в общении (жесты, обозначающие «здравствуйте», «до свидания» и пр.).

4. Жесты-адапторы – это специфические привычки человека, связанные с движениями рук (почесывание, касание партнера, поглаживание).

5. Жесты-аффекторы выражают определенные эмоции через движение тела и мышц лица.

В процессе общения используют множество видов жестов: жесты оценки (почесывание подбородка), жесты уверенности (соединение пальцев в купол пирамиды), жесты нервозности (переплетение пальцев рук), жесты самоконтроля (сведенные за спину руки), жесты ожидания (потирание ладоней), жесты отрицания (скрещенные на груди руки), жесты расположения (прикосновение к собеседнику), жесты доминирования (выставление больших пальцев напоказ), жесты неискренности (прикрывание рукой рта, прикосновение к носу, бегающий взгляд) и др.

Существует национальная специфика использования жестов в процессе общения, так в течение часа финны жестикулируют примерно 1 раз, французы – 20, итальянцы – 80, мексиканцы – 180 раз.

Общение всегда пространственно организовано. Известно, что животные устанавливают свою сферу обитания и охраняют ее. Оказалось, что и у человека есть свои охранные зоны и территории. Если мы бу-

дем их знать, то сможем обогатить наши представления о своем поведении и поведении других; сможем прогнозировать реакцию нашего подчиненного в процессе управленческого общения. Одним из первых пространственную структуру общения стал изучать американский антрополог Э. Холл. Он и ввел термин «проксемика», буквальный перевод которого означает «близость». К проксемическим характеристикам относятся ориентация (положение) партнеров в пространстве в момент общения и дистанция между ними. На проксемические характеристики общения прямое влияние оказывают культурные и национальные факторы. На основе многочисленных исследований психологи пришли к ряду важных выводов:

1. Физическое тело не только большинства животных, но и человека окружено определенной пространственной зоной, которую они считают своей собственной личной территорией.

2. Размеры личной пространственной территории социально и национально обусловлены (у южных народов и в городских условиях эта территория меньше, у народностей средней и северной полосы и в сельской местности она больше).

3. Личная пространственная территория человека имеет ряд зон, размещение в которых свидетельствует о степени эмоциональной близости, значимости партнера по общению.

Э. Холл описал нормы приближения человека к человеку – дистанции, характерные для североамериканской культуры. Эти нормы определены четырьмя расстояниями:

- интимное расстояние (от 15 до 45 см) – общение самых близких людей, из всех зон эта самая главная; разрешается в нее проникать только тем, с кем человек находится в тесном эмоциональном контакте (супруги, дети, родители, близкие друзья и родственники и др.);

- персональное, или личное (от 45 до 120 см) – в пределах этой зоны осуществляется каждодневное общение между приятелями и знакомыми;

- социальное (от 120 до 400 см) – предпочтительно при общении с чужими людьми и при официальном общении; это общение людей происходит в строгом соответствии с их социальной ролью, когда желают подчеркнуть социальный статус общающихся; по сути дела в этой зоне беседуют скорее не личность с личностью, а должность с должностью;

- публичное (более 400 см) – при выступлении перед различными аудиториями.

С мимикой очень тесно связан *взгляд*, или *визуальный контакт*, составляющий исключительно важную часть общения. Общаясь, люди стремятся к обоюдности и испытывают дискомфорт, если мимика отсутствует.

Визуальный контакт свидетельствует о расположенности к общению. Можно сказать, что если на нас смотрят мало, то мы имеем все основания полагать, что к нам или к тому, что мы говорим и делаем, относятся плохо, а если слишком много, то это либо род вызова нам, либо хорошее к нам отношение.

С помощью глаз передаются самые точные сигналы о состоянии человека, поскольку расширение и сужение зрачков не поддается сознательному контролю. При постоянном освещении зрачки могут расширяться или сужаться в зависимости от настроения. Если человек возбужден или заинтересован чем-то или находится в приподнятом настроении, его зрачки расширяются в четыре раза по сравнению с нормальным состоянием. Наоборот, сердитое, мрачное настроение заставляет зрачки сужаться.

Таким образом, не только экспрессия лицевая несет информацию о человеке, но и его взгляд.

Поза – это *положение человеческого тела, типичное для данной культуры*, элементарная единица пространственного поведения человека. Общее количество различных устойчивых положений, которые способны принять человеческое тело, около 1000. Из них в силу культурной традиции каждого народа некоторые позы запрещаются, а другие – закрепляются. Поза наглядно показывает, как данный человек воспринимает свой статус по отношению к статусу других присутствующих лиц. Лица с более высоким статусом принимают более непринужденные позы, чем их подчиненные.

Показано, что «*закрытые*» позы (когда человек как-то пытается закрыть переднюю часть тела и занять как можно меньше места в пространстве; «наполеоновская» поза стоя: руки, скрещенные на груди, и сидя: обе руки упираются в подбородок и т. п.) воспринимаются как позы недоверия, несогласия, противодействия, критики. «*Открытые*» же позы (стоя: руки раскрыты ладонями вверх, сидя: руки раскинуты, ноги вытянуты) воспринимаются как позы доверия, согласия, доброжелательности, психологического комфорта.

Есть ясно читаемые позы раздумья, позы критической оценки (рука под подбородком, указательный палец вытянут к виску). Известно, что если человек заинтересован в общении, он будет ориентироваться на собеседника и наклоняться в его сторону, если не очень заинтересован,

наоборот, ориентироваться в сторону и откидываться назад. Человек, желающий заявить о себе, «поставить себя», будет стоять прямо, в напряженном состоянии, с развернутыми плечами, иногда упершись руками в бедра; человек же, которому не нужно подчеркивать свой статус и положение, будет расслаблен, спокоен, находиться в свободной непринужденной позе.

Практически все люди умеют хорошо «читать» позы, хотя, конечно, далеко не всегда понимают, как они это делают.

Следующие виды невербальных средств общения связаны с *голосом*, характеристики которого создают образ человека, способствуют распознаванию его состояний, выявлению психической индивидуальности.

Характеристики голоса относят к *просодическим и экстралингвистическим* явлениям.

Просодика – это общее название таких ритмико-интонационных сторон речи, как высота, громкость голосового тона, тембр голоса, сила удара.

Экстралингвистическая система – это включение в речь пауз, а также различного рода психофизиологических проявлений человека: плача, кашля, смеха, вздоха и т. д. Эти вкрапления помогают пониманию передаваемой информации, увеличивают ее семантическую значимость.

Просодическими и экстралингвистическими средствами регулируется поток речи, экономятся языковые средства общения, они дополняют, замещают и предвосхищают речевые высказывания, выражают эмоциональные состояния.

Энтузиазм, радость и недоверие обычно передаются высоким голосом, гнев и страх – тоже довольно высоким голосом, но в более широком диапазоне тональности, силы и высоты звуков. Горе, печаль, усталость обычно передают мягким и приглушенным голосом с понижением интонации к концу фразы.

Скорость речи также отражает чувства: быстрая речь – взволнованность или обеспокоенность; медленная речь свидетельствует об угнетенном состоянии, горе, высокомерии или усталости.

Хорошо подготовленный человек может по голосу определить, какое движение совершается в момент произнесения той или иной фразы, и наоборот, наблюдая за жестами в ходе речи, можно определить, каким голосом говорит человек. Поэтому не нужно забывать, что иногда жесты и движения могут противоречить тому, что сообщает голос. Сле-

довательно, необходимо контролировать данный процесс и синхронизировать его.

К *такесическим* средствам общения относятся динамические прикосновения в форме рукопожатия, похлопывания, поцелуя. Доказано, что динамические прикосновения являются биологически необходимой формой стимуляции, а не просто сентиментальной подробностью человеческого общения. Использование человеком в общении динамических прикосновений определяется многими факторами. Среди них особую силу имеют статус партнеров, возраст, пол, степень их знакомства.

Рукопожатия, например, делятся на три типа: доминирующее (рука сверху, ладонь развернута вниз), покорное (рука снизу, ладонь развернута вверх) и равноправное.

Такой такесический элемент, как *похлопывание* по плечу, возможен при условии близких отношений, равенства социального положения общающихся.

Такесические средства общения в большей мере, чем другие невербальные средства, выполняют в общении функции индикатора статусно-ролевых отношений, символа степени близости общающихся. Неадекватное использование личностью такесических средств может привести к конфликтам в общении.

Невербальные средства общения чаще всего используются для установления эмоционального контакта с собеседником и поддержания его в процессе беседы для фиксации того, насколько хорошо человек владеет собой, а также для получения информации о том, что люди в действительности думают о других. Американский психолог Дж. Трейгер назвал неречевые средства общения эмоциональным языком, так как чаще всего они «говорят» нам именно о чувствах собеседника.

О чем могут сообщить невербальные средства общения? Во-первых, они способны указать собеседнику на особенно важные моменты сообщения.

Во-вторых, невербальные средства общения дополняют содержание высказывания.

Вот что писал по этому поводу известный исследователь сценической речи С. Волконский: «*Не думайте, что в слове смысл; слово имеет бесконечное число смыслов, и только интонацией определяется настоящий смысл каждого данного случая.*»

В-третьих, невербальные средства общения свидетельствуют об отношении к собеседнику, поскольку в них выражаются чувства говорящего.

В-четвертых, невербальные средства общения дают возможность судить о самом человеке, о его состоянии в данный момент, о его психологических качествах.

Сигналами социального статуса человека в общении могут быть богатство/бедность словаря, умение грамматически правильно строить предложения, точность, скорость речи, паузы, выразительность интонации, умение поддерживать и регулировать дистанцию в общении.

Важным подспорьем в управленческом общении является использование открытия, сделанного «отцом» нейролингвистического программирования М. Эриксоном: движения глазных яблок связаны с типом мышления, точнее с основным способом обработки внутреннего опыта. На основе фактов, подтвержденных рядом экспериментов, была выявлена взаимосвязь между положением глаз субъекта и сенсорными процессами, отвечающими за прием и переработку поступающей информации. Нейрофизиологической основой этой взаимосвязи является специфика функций левого и правого полушарий головного мозга человека. Известно, что функции левого полушария связаны с сознанием, аналитическим мышлением, оперированием понятиями и категориями, а правого – с образной памятью, восприятием, воспроизведением зрительных и слуховых образов. Поскольку наблюдение за движениями глаз позволяет узнать многое о внутреннем мире человека, их стали называть невербальными глазными сигналами доступа.

Если взгляд партнера по общению движется влево, то он «включил» левую половину мозга (направление движения глаз человека определяется по отношению к наблюдателю).

Что дает такого рода информация? Она сообщает, что ваш оппонент (партнер, коллега, собеседник) хорошо осведомлен об обсуждаемой проблеме и постарается привести веские факты и доказательства в пользу своих доводов, будет останавливаться на деталях, постарается резюмировать сказанное. Если партнер смотрит вправо, то тогда «включена» правая половина мозга. Эта область мозга управляет эмоциями, здесь сосредоточены все воспоминания и собираются конкретные впечатления. Чтобы проникнуть в правую половину мозга партнера, необходимо в деловой коммуникации широко использовать различного рода иллюстрации и образы: примеры, аналогии, исторические сведения. Было установлено: когда человек (если он не левша) смотрит вверх и направо, он обращается к визуальной (зрительной)

памяти; когда глаза направлены вверх и налево, то это свидетельствует о возникновении нового зрительного представления, конструировании нового образа; если глаза находятся по преимуществу в горизонтальном положении (движутся вправо и влево по горизонтали) – значит, происходит аудиальный (слуховой) контролирующий процесс; перемещение глаз вниз и налево означает, что процесс кинестетического (осязательного) ввода информации является ведущим; движение глаз вниз и направо сигнализирует о внутреннем диалоге.

4.7. Техника речи

Большое значение в межличностном общении имеет техника речи, составными частями которой являются постановка речевого дыхания, дикция и орфоэпия (т. е. правильное литературное произношение). Суть техники речи – в координации дыхания, голоса, артикуляции при соблюдении норм произношения. Такая организация обеспечивает такие качества голоса, как звучность, темп, тембр, высота, четкость дикции.

Сила голоса оратора имеет очень большое значение для аудитории. Если он говорит чрезмерно громко да еще имеет крикливый голос, то это вызывает раздражение у слушающих его людей, и эффект выступления существенно снижается. Если оратор говорит тихо, его могут слышать только находящиеся рядом, а до остальных суть его речи не доходит, что также вызывает неудовольствие аудитории. Поэтому говорить надо так, чтобы была полная уверенность, что речь не утомляет слушающих и всем им хорошо слышно.

Как тихая, так и громкая речь может быть монотонной, что быстро утомляет аудиторию, и она перестает слушать оратора. Чтобы избежать этого, во время выступления постепенно и плавно то повышайте, то понижайте голос, делайте его то громким, то тихим.

Оратор, который хочет быть убедительным, говорит медленно и в низкой тональности. Но он должен оставаться в рамках естественного диапазона своего голоса, иначе он будет казаться неискренним.

Чтобы добиться звучности голоса, необходимо правильно поставить дыхание. Это означает дышать глубоко, включая диафрагму в процесс вдоха и выдоха. Это значит также уметь контролировать свое дыхание, экономно распределяя выдох. У хорошего оратора соотношение длительности вдоха и выдоха должно быть 1:15 – 1:20.

Многие ораторы ошибочно считают, что вдох нужно делать на знаках препинания или по окончании фразы. На одном вдохе можно про-

изнести только короткую фразу. Если же вы произносите длинную фразу, то по мере приближения ее конца неизбежно падают сила и звучность голоса. Хорошая звучность заключается не в том, чтобы на данные звуки затратить тот или иной запас воздуха, а в том, чтобы за ними был обеспечен воздушный столб, непрерывно и с силой подпирющий и выталкивающий их. Поэтому дышать надо часто, поддерживая постоянный запас воздуха, причем вдох делать следует во время естественных (логических) пауз и незаметно.

Кроме чисто физиологических, есть и психические предпосылки полноты и звучности речи. Это уверенность в себе, душевный подъем, увлеченность предметом разговора. Чем лучше подготовлен оратор, чем большим количеством интересных фактов он располагает, тем увереннее себя чувствует и, как следствие, тем легче ему придать своему голосу звучность и выразительность.

Техника говорения включает в себя и понятие темпа речи, который характеризуется такими показателями, как быстрота речи, длительность звучания отдельных слов, интервалы и длительность пауз.

Скорость речи весьма разнообразна и зависит от особенностей самого оратора и характера содержания его речи. Большинство ораторов произносят от 120 до 150 слов в одну минуту.

Торопливость речи, вызываемая робостью, – один из наиболее распространенных и серьезных недостатков. Слишком быстрая речь является следствием полного безразличия оратора к аудитории. Хорошие ораторы никогда не говорят скороговоркой. Они дают слушателям время, чтобы вникнуть в наиболее содержательные мысли речи.

Вялая речь – порок флегматичных и ленивых людей. Такие ораторы долго раскачиваются, прежде чем вымолвят слово, а когда наконец добираются до конца высказывания, слушатель уже теряет способность следить за нитью их мысли.

Темп речи определяется также и длительностью звучания отдельных слогов и самих слов. Слоги как и слова, подобно гармонии, можно растягивать и сжимать, что зависит от их значения и выражаемых ими чувств. Нервные, порывистые ораторы для наиболее выразительного звучания больше налегают на громкость, чем на протяжность звучания. В результате возникает неприятная для слуха резкость.

Наши чувства в речи передаются не только при помощи слов, но и посредством разнообразных интонаций. Иногда именно в интонации кроется истинный смысл сказанного.

Психологи насчитали больше 20 интонаций, выражающих различные чувства: радости, удивления, страха, сомнения, негодования, вос-

хищения, злобы и т. п. Оратор должен стремиться выразить голосом то чувство, которое соответствует содержанию его речи. О грустном надо говорить печальным голосом, о веселом – радостным.

Настроение оратора не всегда соответствует содержанию речи. Это естественно находит проявление и в его голосе. Экспериментально доказано, что слушатели не усваивают до 30 % интересующей их информации, если интонация говорящего не соответствует содержанию его речи. Поэтому выступающий должен научиться сдерживать себя, овладеть своими чувствами, думать в момент выступления только о нем и своих слушателях, а не о чем-либо другом. Если оратор погружается в содержание речи и забывает обо всем, кроме того, что он говорит, голос его будет звучать хорошо и верно, отражая те чувства, которые он хотел бы передать своим слушателям.

В технике речи большое значение придается работе над дикцией. Многие ораторы говорят небрежно, неотчетливо, не разжимая зубов, неправильно артикулируя звуки, и в результате аудитория теряет интерес к выступлению, не в силах разобраться в нечленораздельном бормотании выступающего.

В обычном разговоре такое произношение допустимо, так как смысл речи подсказывается ситуацией, общей темой беседы, т. е. собеседники понимают друг друга с полуслова. Если же один из них и не понял чего-либо из речи другого, он тотчас же его переспросит. Во время выступления перед большой аудиторией понимания с полуслова быть не может.

Слова должны произноситься четко и ясно, поскольку любое отклонение от норм произношения и ударения переключает внимание аудитории с существа речи на ее форму, тем самым отвлекая от восприятия смысла.

Особенно распространенным недостатком среди деловых людей являются ошибки в произношении и ударении, которые отвлекают их собеседников от существа сказанного и создают негативный психологический фон. Поэтому надо постоянно следить за правильным произношением и ударением. Если вы не уверены в правильном произношении или употреблении какого-либо слова, обратитесь к словарю ударений, толковому и орфографическому словарям.

Отчетливость произношения часто зависит от помещения, где выступает оратор. Чем больше пространства, тем речь должна быть медленнее, чтобы все было слышно. Звук не распространяется так быстро, как свет. Для того чтобы звуковые волны не смешивались и не заглушали друг друга, нужно дать время для их распространения. Однако

тот, кто обладает четким и ясным произношением, может меньше внимания уделять громкости своего голоса. Речь оратора с хорошей дикцией, даже если он говорит тихо, хорошо слышна в любом помещении.

Хорошая дикция предполагает умение «держат паузу». Пауза облегчает дыхание, дает возможность сообразить, к какой мысли следует перейти дальше. Она позволяет важным соображениям глубже проникнуть в сознание слушателя. Короткая пауза перед кульминационным моментом речи и после – один из способов выделить его. Пауза применяется между отдельными элементами мысли (фразами, придаточными предложениями, законченными суждениями). Она также оттеняет наиболее существенные слова.

Главная задача паузы – психологическая. Она нужна для того, чтобы собрать внимание аудитории и дать ей рассмотреть говорящего, обеспечив тем самым возможность подготовиться к восприятию его речи. Ему же пауза нужна для того, чтобы успокоиться, снять излишнее волнение. Паузой можно заинтриговать слушателей, а ее отсутствием, внезапным началом речи ошеломить их. В обоих случаях – это психологический прием, цель которого привлечь внимание, вызвать интерес.

Учеными экспериментально установлено, что интонации и паузы способствуют 10–15%-ному приращению информации, вызывая у собеседников ассоциации и предложения.

Однако паузы в речи говорящего не всегда несут смысловую нагрузку. Чаще всего такие паузы возникают из-за того, что он затрудняется в поисках слова, которое наилучшим образом выразило бы его мысль. Эти паузы – свидетельства прерывистости устной речи, совершенно естественного ее свойства.

Если случаев прерывистости в речи говорящего немного и они отражают поиски необходимого средства выражения мысли, их наличие не только не мешает аудитории, но порой даже активизирует ее. Однако, когда прерывистость речи очень сильна, это свидетельствует либо о незнании оратором предмета речи, либо о его чрезмерном волнении, либо о плохом владении словом.

4.8. Виды и техника слушания

Можно выделить следующие виды слушания: рефлексивное (активное), нерефлексивное (пассивное), эмпатическое.

Нерефлексивное (пассивное) слушание – это умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями.

Слушание этого вида особенно полезно тогда, когда собеседник проявляет такие глубокие чувства, как гнев или горе, горит желанием высказать свою точку зрения, хочет обсудить наиболее важные вопросы. Ответы при нерелексивном слушании должны быть сведены к минимуму: «Да!», «Продолжайте», «Интересно» и т. д.

В деловом, как и в любом другом общении, важно сочетание нерелексивного и релексивного слушания.

Релексивное (активное) слушание представляет собой процесс расшифровки смысла сообщений. Выяснить реальное значение сообщения помогают релексивные ответы, среди которых выделяют выяснение, перефразирование, отражение чувств и резюмирование.

Выяснение представляет собой обращение к говорящему за уточнениями при помощи ключевых фраз типа: «Я не понял», «Что вы имеете в виду?», «Пожалуйста, уточним это» и т. д.

Перефразирование – собственная формулировка сообщения говорящего для проверки его точности. Ключевые фразы: «Как я понял вас...», «Вы думаете, что...», «По вашему мнению...».

При *отражении чувств* акцент делается на отражении слушающим эмоционального состояния говорящего при помощи фраз: «Вероятно, вы чувствуете...», «Вы несколько расстроены...» и т. д.

При *резюмировании* подытоживаются основные идеи и чувства говорящего, для чего используются фразы: «Вашими основными идеями, как я понял, являются...», «Если теперь подытожить сказанное вами, то...» Резюмирование уместно в ситуациях при обсуждении разногласий в конце беседы, во время длительного обсуждения вопроса, при завершении разговора.

Нужно избегать *типичных ошибок слушания*, среди которых можно выделить следующие.

Перебивание собеседника во время его сообщения. Большинство людей перебивают друг друга неосознанно. Руководители чаще перебивают подчиненных, а мужчины – женщин. При перебивании нужно постараться тут же восстановить ход мыслей собеседника.

Поспешные выводы заставляют собеседника занять оборонительную позицию, что сразу же возводит преграду для конструктивного общения.

Поспешные возражения часто возникают при несогласии с высказываниями говорящего. Зачастую человек не слушает, а мысленно формулирует возражение и ждет очереди высказаться. Затем увлекается обоснованием своей точки зрения и не замечает, что собеседник пытался сказать то же самое.

Непрошенные советы обычно дают люди, не способные оказывать реальную помощь. Прежде всего нужно установить, что хочет собеседник: совместно поразмышлять или получить конкретную помощь.

Приемами активного слушания являются постоянные уточнения правильности понимания информации, которую хочет донести до вас собеседник, задавая уточняющие вопросы: «Правильно я вас понял, что...?», «Таким образом, ты хочешь сказать...» или «Другими словами, ты имел в виду...». Применение таких простых приемов общения позволяет достичь сразу двух целей:

1. Обеспечивается адекватная обратная связь, у вашего собеседника возникает ощущение, что передаваемая им информация правильно понята.

2. Вы косвенным образом информируете собеседника о том, что перед ним не ребенок, которому можно указывать, и не «диктофон», в который можно диктовать свои мысли и рассуждения, а равный ему партнер. Занятие вами равной партнерской позиции означает, что оба собеседника должны нести ответственность за каждое свое слово. Эта цель достигается быстрее первой, особенно в тех случаях, когда вы имеете дело с авторитарным, жестким собеседником, привыкшим общаться с позиции «на пьедестале». Применение навыков активного слушания очень поможет вам, если вам свойственна позиция «жертвы», так как это применение не только сбивает с привычной позиции авторитарного собеседника, но и поднимает вас до уровня разговора на равных, дает возможность сосредоточиться на существенных моментах разговора, а не на собственных переживаниях и опасениях.

Активное слушание незаменимо в деловых переговорах, в ситуациях, когда ваш партнер по общению равен вам или сильнее вас, а также в конфликтных ситуациях, когда собеседник ведет себя агрессивно или демонстрирует свое превосходство. Это очень хорошее средство успокоиться и настроиться самому (и настроить собеседника) на деловую волну, если у вас возникает желание надерзить вашему партнеру, развить начавшийся конфликт.

Типичной ошибкой людей при применении активного слушания является чисто формальное следование правилам без реального отражения содержания разговора. В таких случаях человек задает «нужный» вопрос: «Правильно ли я вас понял, что....», но, не услышав ответа, продолжает развивать свои аргументы в пользу своей собственной точки зрения, фактически игнорируя точку зрения собеседника. Потом такой человек удивляется, что «техника активного слушания» не работает.

Эмпатическое слушание позволяет переживать те чувства, которые переживает собеседник, отражать эти чувства, понимать эмоциональное состояние собеседника и разделять его. При эмпатическом слушании не дают советов и оценок, не критикуют, не поучают. Именно в этом и состоит секрет хорошего слушания – такого, которое дает другому человеку облегчение и открывает новые пути для понимания самого себя.

4.9. Правила успешной коммуникации

В социальной психологии существует большое количество экспериментальных исследований, выясняющих условия и способы повышения эффекта речевого воздействия, которые достаточно подробно исследованы как формы различных коммуникативных барьеров, так и способы их преодоления. Так, выражением сопротивления принятию информации (а значит, и оказанному влиянию) может быть отключение внимания слушающего, снижение в своем представлении авторитета коммуникатора, умышленное «непонимание» сообщения. Соответственно, всякий оратор должен обладать умением вновь включить внимание слушающего, чем-то привлечь его, подтвердить свой авторитет, усовершенствовать манеру подачи материала и т. д. Особое значение имеет, конечно, и факт соответствия характера высказывания ситуации общения, мера и степень формального (ритуального) характера общения и другие показатели.

Совокупность определенных мер, направленных на повышение эффективности речевого воздействия, получила название «убеждающей коммуникации».

Также всесторонне описаны характеристики коммуникатора, способствующие повышению эффективности его речи, в частности, выявлены типы его позиции во время коммуникативного процесса.

Таких позиций может быть три:

– открытая – говорящий открыто объявляет себя сторонником излагаемой точки зрения, оценивает различные факты в подтверждение этой точки зрения;

– отстраненная – говорящий держится подчеркнуто нейтрально, сопоставляет противоречивые точки зрения, не исключая ориентации на одну из них, но не заявленную открыто;

– закрытая – выступающий умалчивает о своей точке зрения, даже прибегает иногда к специальным мерам, чтобы скрыть ее.

Естественно, что содержание каждой из этих позиций задается целью, задачей, которая преследуется в коммуникативном воздействии, но важно то, что принципиально каждая из названных позиций обладает определенными возможностями для повышения эффекта воздействия.

Как бы ни были важны чувства, эмоции, отношения людей, деловое общение (но не общение близких людей) предполагает не только и не столько передачу эмоциональных состояний, сколько передачу информации. Содержание информации передается при помощи языка, т. е. принимает вербальную, или словесную, форму. При этом частично искажается смысл информации, частично происходит ее потеря.

Психолингвисты предлагают следующие девять правил успешной коммуникации.

1. Создайте грамотную, понятную и не громоздкую конструкцию предложения. Длинные предложения затрудняют понимание, так как сложны и грамматически неясны. Для их понимания партнеру нужны сосредоточенность и внимание. Кроме того, они затрудняют понимание вопроса, смысл часто теряется в придаточных предложениях.

2. Используйте короткие предложения (8–15 слов), в которых сформулирована законченная мысль. Союзы, такие как «и», «так как», «что», «но», «потому что» и др., старайтесь не употреблять. Короткие предложения всегда точны и наглядны.

3. Голос является самым сильным инструментом убеждения. Выразительность голоса воспринимается партнером не столько разумом, сколько чувством. Ваш голос вызывает симпатию или антипатию. Монотонность речи часто является причиной неудачи в деловой коммуникации.

4. Паузы прерывают поток речи. Они также выполняют психологические функции: усиливают внимание, успокаивают, подчеркивают сказанное и помогают сделать передышку.

5. Расширяйте свой активный словарь. Качество и количество словаря усиливают влияние высказывания. Пассивный словарь в зависимости от уровня образования состоит из 30–50 тысяч слов. Активный словарь (слова, которыми пользуются при спонтанной речи) состоит из 3–12 тысяч слов.

6. Чаще используйте в речи глаголы, а не существительные. Глаголы придают высказыванию наглядность, а в существительных большей частью заложено абстрактное смысловое значение. Под словами «школа», «перо», «дом», «машина» каждый может себе представить соответствующий предмет с конкретными индивидуальными различиями.

ями. Использование же глаголов помогает формировать из неясного представления конкретную картину. Обходитесь по возможности без прилагательных – они могут быть восприняты с отличной от вас экспрессивной окраской.

7. Используйте активную, а не пассивную форму глагола. В активной форме глагол становится более живым. Например: «Я пригласил его», а не «Он был мною приглашен». Пассив воздействует безлично, создает дистанцию между партнерами и несет минимальную эмоциональную нагрузку.

8. Не используйте безличные формулировки. Дистанционно и безлично действуют формулировки типа «Согласно этому можно понять, что...», равно как и приводимые большие числа. Сослагательное наклонение – «Я бы сказал...», «Я бы полагал...», «Я имел бы (был бы)...», «Я должен бы...» – не выражает решительного поступка, а скорее создает дистанцию между собеседниками.

9. Серьезная проблема возникает тогда, когда партнер не до конца понимает или иначе истолковывает смысл слова или высказывания, который вы в них вкладываете. Поэтому целесообразно уже в самом начале разговора разъяснить понятие, сообщив партнеру, что вы конкретно понимаете под ним.

Перечисленные правила подчеркивают неразрывность вербальных и невербальных характеристик процесса общения.

Многое в понимании информации зависит и от того, насколько грамотно, ясно и лаконично мы излагаем свои мысли, осуществляя вербализацию. Выделяют следующие причины, затрудняющие передачу информации от одного партнера к другому:

- неточность высказывания;
- несовершенство перекодирования мыслей в слова;
- неуместное использование профессиональных терминов;
- неверное истолкование намерений собеседника;
- чрезмерное использование иностранных слов;
- неполное информирование партнера;
- быстрый темп изложения информации;
- наличие смысловых разрывов и скачков мысли;
- неполная концентрация внимания;
- не использование различных каналов восприятия;
- витиеватость мысли;
- наличие логического противоречия в тезисе;
- неадекватные интонации, мимика и жесты, не совпадающие со словами.



Л е к ц и я 5. ИНТЕРАКТИВНАЯ И ПЕРЦЕПТИВНАЯ СТОРОНЫ ОБЩЕНИЯ

1. Перцептивная сторона общения и ее структура.
2. Структурные компоненты интерактивной стороны общения.
3. Факторы, влияющие на формирование первого впечатления.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Б о р о з д и н а, Г. В. Основы психологии и педагогики / Г. В. Бороздина. – Минск: Изд-во Гревцова, 2009.
2. Л е о н т ь е в, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М.: Смысл, 2003.
3. Н а р т о в а – Б о ч а в е р, С. Психология личности и межличностных отношений / С. Нартова – Бочавер. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001.
4. Ч у ф а р о в с к и й, Ю. В. Психология общения в становлении и формировании личности / Ю. В. Чуфаровский. – М.: Изд-во МЗ-Пресс, 2002.

5.1. Перцептивная сторона общения и ее структура

Перцептивная сторона общения означает процесс взаимовосприятия и познания партнеров по общению и установление на этой основе взаимопонимания. Человек вступает в общение как личность и воспринимается партнером по общению также как личность. В ходе познания одновременно осуществляется несколько процессов: эмоциональная оценка другого, попытка понять его поступки, построение стратегии изменения его поведения, построение стратегии своего собственного поведения. Таким образом, от меры точности «расшифровки» и понимания внешнего рисунка поведения другого человека зависит и успех организации с ним согласованных действий. Многим требуется время, чтобы понять, что впечатление, вызываемое ими у других людей, может значительно отличаться от ожидаемого ими.

Очень часто восприятие человека человеком обозначают термином «**социальная перцепция**», введенным Дж. Брунером. Позднее за этим термином закрепилось понимание процесса восприятия всех «социальных объектов» (другие люди, социальные группы и большие социальные общности), т. е. более широко, чем просто восприятие человеком человека.

Психологические механизмы социальной перцепции:

Идентификация – уподобление себя партнеру по общению, является одним из самых простых способов понимания другого человека. Здесь предположение о внутреннем состоянии собеседника строится на основе попытки поставить себя на его место.

Эмпатия – «вчувствование», умение распознавать эмоции окружающих, откликаться на них. Здесь имеется в виду не рациональное осмысление проблем другого человека, а стремление эмоционально его понять и эмоционально откликнуться на его переживания.

Рефлексия – определяется в процессах общения как знание и понимание того, как другой человек знает и понимает меня самого. В общении это выглядит как своеобразный удвоенный процесс зеркальных отражений друг друга, последовательное взаимоотражение. Именно от этого зависит подлинное взаимопонимание, личностное развитие. Личность становится для себя тем, что она есть, через то, что она представляет собой для других.

Эффекты межличностного восприятия зависят от характеристик как субъекта, так и объекта восприятия. Каждый из участников, оценивая другого, стремится построить определенную систему интерпретации поведения, причин его. В обыденной жизни люди обычно мало

знают о действительных причинах поведения другого. Тогда в условиях дефицита информации они начинают приписывать друг другу причины и образцы поведения, которых в действительности нет. Приписывание осуществляется либо на основе сходства поведения с каким-то имевшим место в прошлом опыте образцом, либо на основе анализа собственных мотивов, предполагаемых в аналогичной ситуации. Так или иначе возникает целая система способов такого приписывания – каузальная атрибуция. Значительна при этом роль «первого впечатления», предубеждений и установок. Наиболее изученными механизмами «приписывания» являются эффекты «ореола» («галозэффект»), «первичности и новизны», а также «стереотипизации».

Эффект ореола. Происходит приписывание воспринимаемому человеку качеств на основе образа, который сложился ранее о нем из различных источников информации. Этот образ, ранее существовавший, выполняет роль «ореола», мешающего видеть действительные черты и проявления объекта восприятия. Эффект ореола проявляется и при формировании первого впечатления о человеке, когда первое благоприятное впечатление приводит к позитивной оценке и еще неизвестных качеств человека, и наоборот, общее неблагоприятное впечатление способствует преобладанию негативных оценок.

Эффекты «первичности» и «новизны» зависят от порядка предъявления информации о человеке для составления представления о нем. При восприятии незнакомых людей преобладающей является самая первая известная информация о нем. Напротив, в ситуациях восприятия знакомого человека действует эффект новизны, который заключается в том, что последняя, т. е. более новая, информация о нем оказывается наиболее значимой.

Стереотипизация – это сложившийся некоторый устойчивый образ события, явления или человека, которым мы пользуемся как своеобразным «сокращением» при взаимодействии. В более широком плане и все описанные выше эффекты можно рассмотреть как проявления стереотипизации. В житейском плане это всевозможные предубеждения и предвзятости. *Антропологические стереотипы* – стереотипы внешности. *Социальные стереотипы* – профессиональные и статусно-ролевые предположения о психологических качествах личности. *Эмоционально эстетические стереотипы* суждения о психологических качествах даются на основе физиологической привлекательности.

Эффект проецирования – проявляется в склонности людей приписывать другим свои собственные установки, эмоции, мнения, иначе

говоря, судить их по себе. И если кто-то считает, что все вокруг скупые, упрямые или нечестные, стоит задуматься – почему он так думает?

Казуальная атрибуция – предписывание причин. Механизм объяснения причин поведения другого человека, руководствуясь своими наблюдениями.

Учитывая эти феномены и значимость перцептивного аспекта общения, надо быть внимательными и к себе, и к окружающим. Ведь для успешного установления контакта с другими людьми важно не ошибиться в своих оценках. Изменять их, если изменяется поведение партнера, и меняться самому, если теряется взаимопонимание.

Область исследований, связанных с выявлением механизмов образования различных эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку, получила название **«аттракция»**. Буквально аттракция – привлечение, но здесь не просто привлечение, а процесс формирования привлекательности какого-то человека и продукт этого процесса, т. е. некоторое качество отношения к нему. Аттракцию можно рассматривать как особый вид социальной установки на другого человека, в которой преобладает эмоциональный компонент.

Социальные психологи выделили **факторы, мешающие правильно воспринимать и оценивать людей:**

1. Наличие заранее заданных установок, убеждений, которые имеют у наблюдателя задолго до того, как реально начался процесс восприятия и оценивания другого человека.

2. Стремление сделать преждевременные заключения о личности оцениваемого человека до того, как о нем получена исчерпывающая и достоверная информация. Некоторые люди имеют «готовое» суждение о человеке сразу же после того, как в первый раз увидели его.

3. Безотчетное структурирование личности другого человека проявляется в том, что логически объединяются в целостный образ строго определенные личностные качества, и тогда всякое понятие, которое не вписывается в этот образ, отбрасывается.

4. Отсутствие желания и привычки прислушиваться к мнению других людей, стремление полагаться на собственное впечатление о человеке.

5. Отсутствие изменений в восприятии и оценках человека, происходящих со временем по естественным причинам. Однажды высказанные суждения и мнения о человеке не меняются, несмотря на то, что накапливается новая информация о нем.

Половые различия в общении. Общение между мужчинами больше подчинено статусной иерархии, чем общение между женщинами. При этом люди с меньшим статусом выигрывают больше от использования социально приемлемых видов поведения, чем люди с высоким статусом. Общаясь между собой, мужчины и женщины демонстрируют в большей степени мужское, чем женское поведение: больше говорят по делу, чаще не соглашаются друг с другом. Различия в стереотипном поведении больше при общении с коммуникантом своего пола. Мужчины выражают больше несогласия при общении с мужчинами. Женщины общаются с женщинами в более драматическом ключе, чем с мужчинами. Коммуниканты обоего пола более убедительны в общении с женщинами, чем с мужчинами.

5.2. Структурные компоненты интерактивной стороны общения

Интерактивная сторона общения – это условный термин, обозначающий характеристику тех компонентов общения, которые связаны с взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности. В ходе общения важно не только обмениваться информацией, но и организовать «обмен действиями», спланировать общую деятельность. Общение всегда должно предполагать некоторый результат – изменение поведения и деятельности других людей. Здесь общение выступает как межличностное взаимодействие, т. е. совокупность связей и взаимовлияния людей, складывающихся в их совместной деятельности. Межличностное взаимодействие представляет собой последовательность развернутых во времени реакций людей на действия друг друга: поступок индивида А, изменяющий поведение индивида В, вызывает со стороны последнего ответную реакцию, которые в свою очередь воздействуют на поведение А. Таким образом, на вопрос о том, какая же «другая» сторона общения раскрывается понятием «взаимодействие», можно теперь ответить: та сторона, которая фиксирует не только обмен информацией, но и организацию совместных действий. В современной психологии большее внимание уделяется следующим положениям:

Во-первых, типологию взаимодействия в общении можно разделить на два основных вида – *конкуренция и кооперация*. Первый подразумевает, что люди будут ставить свои интересы превыше всего, второй же – стремиться к общим целям.

Во-вторых, интерактивная сторона общения включает в себя наличие общественного контроля. Он осуществляется за счет системы социальных образцов и норм, которые приняты в данном обществе. Они регламентируют все социальные взаимоотношения и взаимодействия.

В-третьих, каждый человек должен ориентироваться на эти нормы и соотносить свои действия с ними. Далее он будет отбирать необходимые, правильные и те, которые регулируют взаимоотношения с другими людьми.

В-четвертых, интерактивная сторона общения включает в себя ту систему ролей, которые исполняет каждый человек при взаимодействии дома, на работе, с друзьями и близкими. Очень часто они сталкиваются между собой, потому что приходится расставлять приоритеты.

Психологическое воздействие – это структурная единица, компонент взаимодействия. По своей сути психологическое воздействие представляет проникновение одной личности в психику другой личности. Целью или результатами этого проникновения является изменение индивидуальных или групповых психических явлений (взглядов, отношений, мотивов, установок, состояний и т. п.). Психологическое воздействие может достичь желаемых результатов, только если субъект воздействия обладает набором специальных, профессиональных умений. Среди них В. Н. Куликов называет:

- умение определять и формулировать конкретные цели и задачи воздействия, учитывающие требования общества или аудитории;
- умение быстро разбираться в тех людях, на которых должно быть направлено воздействие, понимать их психологические особенности и состояние;
- умение выбирать (из имеющихся: убеждение, внушение, конформизм) наиболее эффективные способы и приемы психологического воздействия, учитывая при этом цель и особенности того, на кого оно направлено.

Эффект воздействия также зависит от **психологической податливости** тех, на кого оно направлено. В. Н. Куликов пишет, что «такая податливость базируется на психологических особенностях личности или группы, но окончательно устанавливается в процессе реального взаимодействия. Она означает снижение критичности тех структур индивидуальной или общественной психики, которые осуществляют принятие внешних влияний». Однако как отдельная личность, так и группа избирательно относятся к психологическим воздействиям. Это связано с тем, что на пути этих воздействий стоит психологическая

защита – своеобразный фильтр, отделяющий желательные воздействия от нежелательных, полезные от вредных, соответствующие потребностям, убеждениям и ценностям от противоречащих им.

Психологическое влияние – это воздействие на состояние, мысли, чувства и действия другого человека с помощью исключительно психологических средств с предоставлением ему права и времени отвечать на это воздействие. Психологически конструктивное влияние (полезное и созидательное для участников коммуникации) должно отвечать трем критериям:

1) оно не разрушает личности людей, в нем участвующих, и их отношений;

2) оно психологически корректно (грамотно, безошибочно);

3) оно удовлетворяет потребности обеих сторон.

Основные типы взаимодействия (4 «К»):

- Кооперация (сотрудничество). Четкое согласование цели, достижение цели одним партнером не ущемляет интересов другого.

- Конкуренция (достижение цели одним за счет ущемления интересов других).

- Конфронтация (преследование противоположных целей; не идут на уступки).

- Корпорация (на основе взаимной выгоды: «Ты – мне, я – тебе»).

Характер взаимодействия ведет к определенной тактике общения: сотрудничество, кооперация, поиски компромисса (основного типа сотрудничества), убеждения, разъяснения (способы воздействия).

5.3. Факторы, влияющие на формирование первого впечатления

На стереотипное восприятие человека влияет «оформление» его внешности. Например, перед равными по всем параметрам группами испытуемых в качестве объекта формирования впечатления выступал один и тот же человек, но к каждой новой группе от выходил в другой одежде. Эксперименты показали, что когда человек появлялся в другом костюме (в обычном деловом, рабочем комбинезоне, религиозном одеянии, военной форме), то испытуемые группы помимо черт, отмеченных у этого человека всеми группами, называли у него также и те **качества, на которые указывал костюм**, в котором был оцениваемый ими человек. Например, когда на человеке была военная форма, то ему устойчиво приписывались такие качества, как дисциплинированность, аккуратность, настойчивость, открытость по отношению к

другим людям. Отчасти это верно, так как профессия накладывает отпечаток на личность человека, но только отчасти.

В процессе восприятия действуют не только социальные стереотипы, но и стереотипы восприятия **физиогномических особенностей** и конституции человека. Средства массовой коммуникации тиражируют образы, которые закрепляются в массовом сознании и накладывают отпечаток на восприятие конкретных людей. Можно привести наиболее стереотипные восприятия: квадратный подбородок – признак сильной воли, полные губы – сексуален, тонкие губы – лицемер и ханжа, высокий лоб – умный, жесткие волосы – упрямый характер, маленький рост – комплекс Наполеона, красивая женщина – глупа и т. д.

При формировании впечатления стереотипно воспринимаются особенности телосложения человека, его конституция в целом. Исследуя влияние конституции человека на впечатления о нем, психологи попросили группу испытуемых охарактеризовать личностные особенности мужчин, различавшихся типом телосложения. Результаты формирования первого впечатления:

- Полный, с округлыми формами мужчина воспринимался как сердечный, добродушный, болтливый, доверчивый, эмоциональный, открытый, несильный и любящий поесть. Сопоставив с этим набором характеристик реальные характеристики конкретного лица, например, Уинстона Черчилля, тип телосложения которого соответствует предьявляемому, можно убедиться, сколь обманчиво бывает первое впечатление.

- Атлетического сложения мужчина воспринимался как сильный, смелый, энергичный, дерзкий, инициативный.

- Высокий, худощавый и хрупкий на вид мужчина воспринимался как нервный, честолюбивый, подозрительный, скромный.

- Полный мужчина воспринимался более старым, чем он был на самом деле, а худощавый, как правило, казался моложе своих лет.

Почти каждый взрослый человек, имеющий опыт общения, способен по внешности человека, его одежде, манере говорить и поведению достаточно точно определить многие его социально-психологические характеристики: психологические черты, возраст, социальный слой, примерную профессию. Но эта точность бывает только в нейтральных ситуациях. В других же ситуациях почти всегда присутствует тот или иной процент ошибок. Перед человеком никогда не стоит задача просто «воспринять» другого. Образ партнера, который создается при знакомстве, – это **регулятор последующего поведения**, он необходим для того, чтобы правильно и эффективно в данной ситуации построить общение. Наше общение строится существенно различным образом в

зависимости от того, с кем общаемся. Для каждой категории партнеров есть разные «техники» общения, выбор которых определяется характеристиками партнера. Поэтому наиболее важные в данной ситуации характеристики – это те, которые позволяют отнести партнера к какой-то группе. Именно эти характеристики и воспринимаются достаточно точно. А остальные черты и особенности просто достраиваются по определенным схемам, и именно здесь проявляется вероятность ошибки.

В психологии выделяются **три фактора формирования первого впечатления** о человеке:

1. Фактор превосходства. Люди, вступающие в общение, неравны: они отличаются друг от друга по своему социальному статусу, жизненному опыту, интеллектуальному потенциалу и т. д. Схема восприятия такова. При встрече с человеком, превосходящим нас по какому-то важному для нас параметру, мы оцениваем его несколько более положительно, чем в случае, если бы он был нам равен. Если же мы имеем дело с человеком, которого мы в чем-то превосходим, то мы недооцениваем его. Причем превосходство фиксируется по какому-то одному параметру, а переоценка (недооценка) происходит по многим параметрам. Эта схема восприятия начинает работать не при всяком, а только при действительно важном, значимом для нас неравенстве.

Для того чтобы подействовал фактор превосходства, нам надо это превосходство сначала оценить. Как это сделать? По каким признакам мы можем судить о превосходстве человека, например, в социальном положении или в интеллектуальном? Для определения этого параметра в нашем распоряжении есть два основных источника информации:

1) одежда человека, его внешнее оформление, включая такие атрибуты, как знаки отличия, очки, прическа, награды, украшения, машина, интерьер кабинета и т. д.;

2) манера поведения человека (как сидит, ходит, разговаривает, куда смотрит и т. д.).

Информация о превосходстве обычно так или иначе «закладывается» в одежду и манеру поведения. В них всегда есть элементы, свидетельствующие о принадлежности человека к той или иной социальной группе или его ориентации на какую-то группу. Эти элементы служат знаками групповой принадлежности и для самого носителя одежды и поведения, и для окружающих его людей. Понимание своего места в группе, в той или иной иерархии, а также положения других людей во многом определяют общение и взаимодействие. Поэтому выделение

превосходства какими-то внешними, видимыми средствами всегда существенно.

2. Фактор привлекательности. Действие этого фактора при восприятии человека заключается в том, что *под его влиянием какие-то качества человека переоцениваются или недооцениваются другими людьми*. Схема действия этого фактора такова, что если человек нам нравится (внешне), то одновременно мы склонны считать его более умным, хорошим, интересным и т. д., т. е. опять-таки переоценивать многие его личностные характеристики. Например, в эксперименте учителям были предложены для оценки «личные дела» учеников и ставилась задача – определить уровень интеллекта, планы на будущее, отношения со сверстниками. Секрет эксперимента состоял в том, что для оценки давалось одно и то же дело, но с разными фотографиями – «красивых» и «некрасивых» детей. Красивые дети получили более высокую оценку своих возможностей. Итак, чем больше внешне привлекателен для нас человек, тем он кажется лучше во всех других отношениях; если же он непривлекателен, то остальные его качества недооцениваются.

Всем известно, что у разных народов свои каноны красоты. Значит, привлекательность нельзя считать только индивидуальным впечатлением, она, скорее, носит социальный характер. Существуют одобряемые и не одобряемые обществом или конкретной социальной группой типы внешности. И привлекательность – не что иное, как степень приближения к тому типу внешности, который максимально одобряется той группой, к которой мы принадлежим. Знаком привлекательности являются усилия человека выглядеть **социально одобряемым**.

Важно подчеркнуть, что *фактор привлекательности сильно влияет на содержание формирующегося представления о человеке только в момент образования первого впечатления*. В дальнейшем оценивание этого человека все больше начинает определяться характером взаимодействия с ним и ценностью его дел и поступков.

Помимо внешней привлекательности важнейшее значение имеет **невербальное поведение человека**. Особое место занимает **взгляд человека**. Если человек не отводит взгляд, не смотрит «мимо» другого, не опускает глаза вниз, то о нем складывается мнение более уверенного, более доброжелательного человека, и это связано со сложившимся у людей в прошлом опыта представления о том, что с одной стороны волевой по натуре человек не боится смотреть в глаза людям, с другой – если человек на нас задерживает свой взор, значит, мы ему чем-то интересны. Оказалось, важна также **поза**, в которой находится чело-

век во время разговора. Людям больше нравятся те, кто во время разговора наклоняют свой корпус вперед по сравнению с теми, кто отклоняет его назад. Мы неосознанно связываем *звучание голоса* с определенными характеристиками личности. С визгливым голосом устойчиво ассоциируется неуравновешенная или истеричная персона. Быстрая, но слегка сбивчивая речь будет выдавать неуверенность. Томный голос обнаруживает чувственную, но осторожную натуру. А вяло говорящий и растягивающий слова человек может произвести впечатление недотепы. Звонкий же голос, чаще всего, указывает на жизнерадостный нрав. Интересную закономерность установили ученые – *они считают, что эмоции знева и страха делают звучание голоса более старым, а эмоции радости «уменьшают» возраст.*

3. Фактор отношения к нам. Этот фактор действует таким образом, что *люди, хорошо к нам относящиеся, оцениваются выше тех, кто к нам плохо относится.* Знаком отношения к нам, запускающим соответствующую схему восприятия, является все, что свидетельствует о согласии или несогласии партнера с нами. Выявив мнения испытуемых по ряду вопросов, психологи ознакомили их с мнениями других людей и просили их оценить эти мнения. Оказалось, что *чем ближе чужое мнение к собственному, тем выше оценка высказавшего это мнение человека.* Это правило имело обратную силу: чем выше оценивался некто, тем большее сходство находили в его взглядах с собственными. Убежденность в этом предполагаемом «родстве душ» была настолько велика, что разногласий с позицией привлекательного лица испытуемые попросту не замечали.

Систему **формирования первого впечатления** можно условно представить как *«трафарет», который мы прикладываем к другим людям.* Формирование первого впечатления почти всегда означает отнесение индивидом воспринимаемого лица к одной из групп людей в тех «классификациях типов», которые сложились у него в прошлом. Соответствующие нашему стандарту люди воспринимаются нами со знаком «плюс», имеющие существенные отличия – со знаком «минус». Занявшие промежуточное место воспринимаются нейтрально – до определенного действия, после которого первое впечатление меняется. Стремясь вызвать позитивное первое впечатление, необходимо учитывать все детали, на которые наш партнер по общению сознательно или нет, но обращает внимание.

Вопрос о том, насколько точным является впечатление, непросто. Задача первого впечатления – **быстро сориентироваться в ситуации.** Для людей, как социальных существ, главное – определение вопроса о групповой принадлежности партнера. Поэтому можно сказать, что

первое впечатление почти всегда правильно. Ошибкой же является то, что стереотипизация вызывает определенную оценку и неизвестных еще пока свойств и качеств, что может привести к неадекватному общению в дальнейшем.

Практические рекомендации по формированию первого впечатления

1. Будьте пунктуальны. Опоздание создаст о вас плохое впечатление еще прежде, чем человек встретит вас; это не самое хорошее начало знакомства. Ваша пунктуальность говорит о том, что вы организованы и умеете ценить время как свое, так и чужое. Приходить раньше времени в гости – ужасно невежливо. Только представьте, как вы будете себя чувствовать, когда хозяева дома будут бегать вокруг вас с пылесосом.

2. Обратите внимание на внешний вид. Уделите достаточное внимание вашей одежде, она должна быть опрятной, хорошо выглядеть, производить хорошее впечатление и соответствовать ситуации.

3. Следите за речью. При общении с малознакомыми людьми тщательно следите за своей речью. Старайтесь не использовать в ней черный юмор, ругательства и т. д.

4. Настройтесь позитивно. Многие люди отпугивают от себя тем, что постоянно ворчат. Вашим новым знакомым не обязательно знать в подробностях о ваших трудностях. Оставайтесь оптимистом, и люди потянутся к вам.

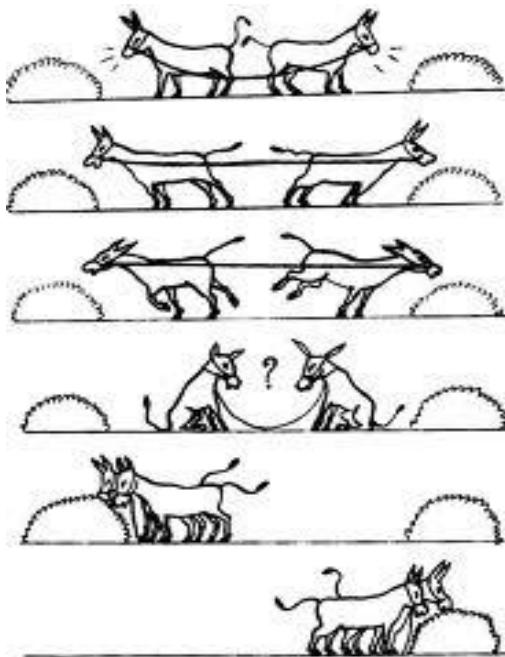
5. Будьте естественны в любых ситуациях, но не впадайте в крайности. Если Вы будете слишком зажаты, это не поможет Вам в формировании приятного первого впечатления. Но если Вы будете вести себя слишком расковано или фамильярно, то можете оскорбить своего собеседника. Не напускайте на себя слишком серьезный или умный вид. Это отталкивает.

6. Внимательно слушайте собеседника. Постарайтесь найти что-то общее между ним и Вами. Не ищите различий. Различия отталкивают, а общее сближает.

7. Приятному первому впечатлению способствуют **положительные знаки внимания**, такие как похвала, благодарность, признательность во взгляде, улыбка. Это все доставит радость Вашему собеседнику. Избегайте отрицательных знаков внимания, таких как презри-

тельный взгляд, выражение недоверия, неблагодарность, высмеивание, пожимание плечами.

Не забывайте о первых 10 секундах общения, которые являются решающими. Походка, мимика, жестикация, внешний вид, манера говорить – все это очень важно для первого впечатления, и особенно в первые 10 секунд общения.



Л е к ц и я 6. ОБЩЕНИЕ В УСЛОВИЯХ КОНФЛИКТА

1. Структура и динамика конфликта.
2. Стратегии поведения в конфликтной ситуации.
3. Общие правила поведения в конфликте. Правила конструктивной критики.
4. Барьеры общения и их преодоление.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Б а н д у р к а, А. М. Основы психологии и педагогики: учебное пособие / А. М. Бандурка, Е. И. Федоренко. – Ростов н/Д.: Феникс, 2009.
2. Б о р о з д и н а, Г. В. Психология делового общения / Г. В. Бороздина. – Минск: ИНФРА, 2006.
3. К и с е л е в, С. А. Основы психологии и педагогики: учебно-методический комплекс / С. А. Киселев. – Горки: БГСХА, 2007.
4. Ф о м и н, Ю. А. Психология делового общения / Ю. А. Фомин. – Минск: Амалфея, 2000.

6.1. Структура и динамика конфликта

Деятельность в системе «человек – человек» конфликтогенна по самой своей природе. Из четырех типов деятельности наиболее конфликтны профессии «человек – человек». С началом изучения этого сложного психологического явления не утихают споры о том, что есть конфликт – благо или зло. Ряд психологов утверждает, что конфликт есть благо, так как он: *помогает выявить проблему и различные точки зрения на нее; способствует повышению эффективности деятельности; иногда может сплотить коллектив против внешнего давления.* Сторонники другой точки зрения утверждают, конфликт есть зло, потому что он: *ведет к ухудшению социально-психологического климата; повышает нервозность людей, приводит к стрессу; отвлекает внимание от выполнения непосредственных служебных обязанностей.* Правы и те и другие. При всех плюсах и минусах конфликтов они неизбежны, более того зачастую необходимы. Иногда помимо них проблема так и не разрешается.

В реализации конфликта как процесса выделяют четыре **основные стадии**:

1. Возникновение объективной конфликтной ситуации.

Эта стадия не сразу осознается будущими участниками конфликта, поэтому ее можно назвать «стадией потенциального конфликта».

2. Осознание участниками объективной конфликтной ситуации.

При переходе одной из сторон к действиям, ущемляющим интересы другой стороны, конфликт осознается, он становится реальностью.

3. Переход к конфликтному поведению.

После того как конфликт осознан и когда вторая сторона, отвечая на действия первой, переходит к аналогичным действиям, начинается третья стадия конфликтного поведения.

4. Разрешение конфликта.

Требует отдельного рассмотрения проблема **личностных конфликтов**, зачастую провоцирующих как межличностные, так и межгрупповые конфликты.

Существуют пять основных типов конфликта: внутриличностный, межличностный, между личностью и группой, межгрупповой, социальный.

Внутриличностный конфликт. Здесь участниками конфликта являются не люди, а различные психологические факторы внутреннего мира личности, часто кажущиеся или являющиеся несовместимыми: потребности, мотивы, ценности, чувства и т. п. Одна из наиболее распространенных форм конфликта, связанного с работой в организации – это ролевой конфликт, когда различные роли человека предъявляют к нему противоречивые требования. Например, будучи хорошим семьянином, человек должен вечера проводить дома, а положение руководителя обязывает его задерживаться на работе и т. п. Поведенческие реакции при наличии личностного конфликта обычно бывают трех видов: самообвинение; обвинение во всех бедах окружающих; ссылки на внешние обстоятельства, независимые от воли людей. Главная опасность личностных конфликтов заключается в том, что внутреннее напряжение, борьба противоречий требуют разрядки. «Разряжаются» на окружающих. Это втягивает в орбиту конфликта других людей. Личностный конфликт «разбухает» и превращается в межличностный.

В современной психологии остается открытым вопрос **о причинах личностных конфликтов**. Подход психоаналитиков сводится к тому, что человек находится в состоянии постоянного конфликта с окружающими и миром в целом. К. Левин выделил три типа мотивационных конфликтов, связанных с достижением цели (каждый из них приводит к фрустрации):

- *конфликт равнозначных положительных возможностей* (ситуация «Буриданов осел»). Возникает при необходимости выбора в пользу одной из двух одинаково привлекательных перспектив, так как их достичь одновременно невозможно. Например, *пиво или футбол?*;

- *конфликт равнозначных отрицательных возможностей* (или ситуация «из двух зол»). Обычной реакцией на конфликт этого типа является попытка бегства. Если бегство невозможно, то приходится из двух зол выбирать наименьшее. Однако любой выбор приводит к сильной фрустрации и гневу. Например, человеку предстоит либо пойти на нудное и неприятное совещание, либо посетить ГАИ по поводу нарушения правил дорожного движения и уплаты штрафа;

- *конфликт положительно-отрицательных возможностей* (или ситуация «проблема выбора»). Возникает при необходимости анализа всех «за» и «против». Например, сотрудник хотел бы повышения по служебной лестнице, но ясно осознает, что новая должность слишком хлопотная и сможет осложнить удачную во всех отношениях жизнь.

Межличностный конфликт – это самый распространенный тип конфликта. Его причинами являются несходство характеров, борьба за ограниченные ресурсы (на производстве), различные точки зрения на дисциплину и загруженность у руководителя и подчиненного и т. п.

Конфликт между личностью и группой может иметь место там, где член группы не соблюдает нормы поведения и общения, предписываемые неформальной группе. Другой распространенный конфликт этого типа – конфликт между группой и руководителем, чей стиль руководства не устраивает группу.

Межгрупповой конфликт может возникать между формальными и неформальными группами, из которых состоит организация. Например, между руководством и исполнителями, между администрацией и профсоюзом и т. п. Межгрупповые конфликты сопровождаются:

- проявлениями деиндивидуализации, т. е. члены группы приписывают негативное поведение членам другой группы;
- проявлениями межгруппового сравнения: положительно оценивают свою группу и дают отрицательную оценку чужой группе;
- проявлениями групповой атрибуции, т. е. члены группы склонны считать, что именно «чужая группа ответственна за негативные события».

Социальный конфликт выражается в столкновении различных социальных общностей – классов, наций, государств, социальных субъектов и т. п.

По длительности протекания конфликты делят на кратковременные и затяжные, по источнику возникновения на объективно и субъективно обусловленные.

6.2. Стратегии поведения в конфликтной ситуации

Каждой стороной в конфликте избирается форма поведения, которой придерживается сторона на протяжении всего конфликтного взаимодействия. Выбор стратегии детерминирован индивидуальными особенностями и социальными установками участниками конфликта. Выбранная стратегия не трансформируется в другую даже под воздействием стратегии, занимаемой оппонентом. **Стратегия поведения в конфликтной ситуации** – это направление и особенности действия

конфликтующей стороны, выдерживаемые до завершения конфликта. Определяют **пять основных стратегий поведения**:

Соперничество – это открытая борьба за свои интересы. Может использовать человек, обладающий сильной волей, достаточным авторитетом, властью, не очень заинтересованный в сотрудничестве с другой стороной и стремящийся в первую очередь удовлетворить собственные интересы. Его можно использовать, если:

- исход конфликта очень важен для вас, и вы делаете большую ставку на свое решение возникшей проблемы;
- вы обладаете достаточной властью и авторитетом, и вам представляется очевидным, что предлагаемое вами решение является наилучшим;
- вы чувствуете, что у вас нет иного выбора и вам нечего терять;
- вы должны принять непопулярное решение и у вас достаточно полномочий для этого шага;
- вы взаимодействуете с подчиненными, предпочитающими авторитарный стиль.

Однако следует иметь в виду, что этот стиль поведения в конфликте нельзя использовать: в близких, личных отношениях; в ситуации, когда вы не обладаете достаточной властью, а ваша точка зрения по какому-то вопросу расходится с точкой зрения начальника.

Сотрудничество – это поиск решения, удовлетворяющего интересы двух сторон. Стиль поведения можно использовать, если, отстаивая собственные интересы, вы вынуждены принимать во внимание нужды и желания другой стороны. Цель его применения – выработка долгосрочного взаимовыгодного решения. Такое поведение требует умения объяснять свои желания; выслушивать друг друга; сдерживать свои эмоции. Стиль *сотрудничества* приемлем в следующих ситуациях:

- необходимо общее решение, если каждый из подходов к проблеме важен и не допускает компромиссов;
- длительные, прочные и взаимозависимые отношения с партнером;
- основная цель – приобретение совместного опыта работы;
- стороны способны выслушать друг друга и изложить суть своих интересов;
- необходима интеграция точек зрения и усиление личностной вовлеченности сотрудников в деятельность.

Компромисс – это урегулирование разногласий через взаимные уступки. Этот стиль наиболее эффективен, когда обе стороны хотят одного и того же, но знают одновременно, что это невыполнимо. Та-

кой подход к разрешению конфликта возможен в следующих ситуациях;

- обе стороны имеют одинаково убедительные аргументы и обладают одинаковой властью;

- удовлетворение вашего желания имеет для вас не слишком большое значение;

- вас может устроить временное решение, так как нет времени для выработки другого;

- другие подходы к решению проблемы оказались неэффективными;

- компромисс позволит вам хоть что-то получить, чем все потерять.

Избегание – это стремление выйти из конфликта не решая его, настаивая на своем, но и не уступая своих позиций. Стиль *избегания* применим в таких ситуациях когда:

- источник разногласий несуществен для вас по сравнению с другими более важными задачами, а потому вы считаете, что не стоит тратить на это силы;

- вы знаете, что не можете или даже не хотите решить вопрос в свою пользу;

- у вас мало власти для решения проблемы желательным для вас способом;

- вы хотите выиграть время, чтобы изучить ситуацию и получить дополнительную информацию, прежде чем принять какое-либо решение;

- попытка решить проблему сразу же опасна, так как открытое обсуждение конфликта может только ухудшить ситуацию.

Этот стиль не является бегством от проблемы или уклонением от ответственности. Уход или отсрочка позволяют ситуации разрешиться самой по себе, или вы сможете заняться ею позже, когда будете обладать достаточной информацией и желанием разрешить ее.

Приспособление представляет собой тенденцию к сглаживанию противоречий, поступаясь своими интересами. Этот стиль наиболее эффективен, когда исход дела чрезвычайно важен для другой стороны и не очень существен для вас или когда вы жертвуете собственными интересами в пользу другой стороны. Стиль *приспособления* уместен:

- важнее восстановление спокойствия и стабильности, а не разрешение конфликта;

- предмет разногласия не важен для вас или вас не особенно волнует случившееся;

- вы считаете, что лучше сохранить добрые отношения с другими людьми, чем отстаивать собственную точку зрения;
- вы осознаете, что правда на вашей стороне;
- вы чувствуете, что у вас мало шансов победить, и вы не обладаете достаточной властью.

Однако ни один из рассмотренных стилей поведения в конфликтной ситуации не может быть выделен как самый лучший. Желательно научиться эффективно использовать каждый из них и сознательно делать тот или иной выбор, учитывая конкретные обстоятельства.

6.3. Общие правила поведения в конфликте. Правила конструктивной критики

Чтобы успешно преодолевать разрушительные последствия конфликтов, нужно научиться обходить их, и коль скоро мы оказались в них втянуты, выходить из острых ситуаций.

Возможные пути разрешения конфликта:

самый легкий, но не всегда реальный: изменить, себя или изменить свое отношение к проблеме;

самый трудный, а поэтому практически нереальный: изменить оппонента, его мнение;

самый оптимальный и реальный: найти взаимоприемлемый вариант решения проблемы.

При этом вам следует:

проявить внимание и доброжелательность к собеседнику. Как показывают исследования, в 30 % конфликтов с подчиненными руководители допускают грубость, срываются на крик. Грубость – признак того, что руководитель не владеет ситуацией и собой;

проявить терпимость к особенностям партнера, показать свое искреннее сочувствие;

дать собеседнику полностью выговориться, внимательно выслушать его;

отвлечь внимание партнера от болезненного вопроса хотя бы на короткое время, при этом могут быть использованы любые приемы – от просьбы пересечь на другое место, позвонить, записать что-то до высказывания какой-нибудь нелепой мысли, шутки;

подчеркнуть общность ваших интересов, целей, задач. Начиная строить свою империю ресторанов быстрого обслуживания, «МакДо-

налдс» направил внимание не только на цены, качество. Руководство компании считало, что они действительно оказывают услугу американцам, имеющим ограниченные средства. Соблюдать высокие стандарты было легче, когда они подавались в контексте помощи обществу»;

высказывать собеседнику не готовые мнения, а свои чувства, вызываемые его словами;

прежде чем отвечать на критику, замечания, упреки, нужно четко уяснить, что конкретно имеется в виду; вы должны быть уверены, что правильно все поняли.

Признайте наличие конфликта. Как ни странно, это бывает труднее всего.

Никогда не знаешь, кто виноват в конфликте, кто задел или кто отреагировал

Установите крайний срок решения. Если не поставить строго определенный срок, переговоры по конфликту могут тянуться очень долго.

«Кодекс поведения» в конфликте:

1. Настройся на позитивное (по крайней мере на нейтральное) отношение к оппоненту, создавай базу для доверия. Прежде чем конфликтовать, прикажи себе «полюбить» оппонента и с этим настроением вступай во взаимодействие с ним. Почему это необходимо? Дело в том, что конфликт всегда возникает, когда ущемляют наши интересы либо нам кажется, что их ущемляют. Тот, кто это делает – враг. Что мы видим у врага? Худшую часть его личности и относимся к нему с подозрением и настороженностью.

Как же представить в оппоненте «друга»? Здесь уместны следующие советы:

вначале разговора поговори на другую тему, желательно легкую, шутливую, на которую сложилась общая точка зрения. Тем самым создается база доверия в конфликте;

вспомни все хорошие проявления его личности;

наконец, с интересом посмотри на него как на личность со своими плюсами и минусами.

2. Переключись с эмоционального на рациональный режим работы психики. В конфликтах чаще всего доминируют эмоции. Необходимо отделять свои отношения, эмоции от самой проблемы. Важно при этом пытаться решать две самостоятельные задачи: главное – это найти решение проблемы и упорядочить при этом отношения. Но если решение

не найдено, надо во что бы то ни стало сохранить хорошие отношения, ведь к поиску решения можно вернуться и позже.

3. *Дай оппоненту «выпустить пар», говори, когда он остыл.* Во время его «взрыва» следует вести себя спокойно, но не высокомерно. Многое зависит от того, насколько мы сумеем помочь оппоненту снизить напряжение. Наиболее уместными приемами в этом направлении могут быть молчание, улыбка, рукопожатие, выражение сожаления и др. Если это не помогает, то желательно представить, что вокруг нас есть оболочка, через которую не проходят стрелы агрессии.

В процессе многочисленных исследований была выявлена интересная закономерность: отрицательное эмоциональное воздействие усиливается, если получает подкрепление в виде эмоционального реагирования. Не получив подкрепления, отрицательное эмоциональное воздействие затухает. Основными приемами, позволяющими не отвечать на отрицательное эмоциональное воздействие, могут быть следующие:

- не спеши реагировать, держи паузу;
- посмотри на себя со стороны;
- найди, на чем отвлечься;
- искренне пожалей про себя оппонента;
- сознательно распредели свое внимание на другие объекты, сконцентрируйся не на слуховых ощущениях, а на зрительно воспринимаемых объектах.

4. *Потребуй от оппонента спокойно обосновать претензии. Но скажи, что будешь учитывать факты и объективные доказательства, а не эмоции.* Основные приемы при этом:

- используй разнообразные открытые вопросы. Например, спроси: «То, что вы говорите, относится к фактам или к мнению, догадке?»;

- сокращай число предъявляемых претензий. Например, скажи: «Ваши претензии помогут мне улучшить работу, поэтому выделите самое важное и первостепенное»;

- попроси у оппонента совета, спроси, как бы он устранил то, что вызвало его претензии. Но при этом не оправдывайся, не обвиняй других, не ссылайся на обстоятельства;

- заверши контакт на позитивной ноте, например поблагодари оппонента за то, что подсказал еще одну критическую точку в твоей деятельности.

5. *Сбивай возможную агрессию неожиданными приемами.* Главной задачей при этом является снижение уровня отрицательных эмоций, а

в идеале – и переключение оппонента с отрицательных эмоций на положительные. К таким приемам можно отнести следующие:

доверительно попроси у оппонента совета;

задай неожиданный вопрос совсем о другом, но значимом для собеседника;

напомни о том, что связывало в прошлом и было приятным;

скажи комплимент («В гневе вы еще прекраснее»).

6. Предложи оппоненту высказать свои варианты решения проблемы:

не ищи виновных и не объясняй создавшееся положение, а ищи совместный выход из него;

не останавливайся на первом варианте, а создавай спектр вариантов, потом из них выбери лучший;

если не можете договориться, то ищите объективную основу соглашения (нормативы, закон, факты, существующие положения, инструкции и др.).

7. Давай оценку только действиям и поступкам оппонента, а не его личности. Можно сказать: «Вы уже дважды не выполнили свое обещание», но ни в коем случае нельзя говорить оппоненту: «Вы – необязательный человек».

8. Отражай как эхо при помощи вопросов смысл его высказываний и претензий: утверждения вызывают сопротивление, а вопросы – ответы. Примерами таких вопросов могут быть следующие: «Правильно ли я вас понял?», «Вы хотели сказать...?», «Если я вас правильно понял...». Эта тактика устраняет недоразумения и демонстрирует внимание и уважение к человеку. Ведь понять – не значит согласиться с оппонентом.

9. Не бойся извиниться, если чувствуешь, что виноват, но сделай это быстро, решительно и не в конце разговора. Следование такой линии поведения, во-первых, обезоруживает оппонента и опережает возможную критику, и во-вторых, вызывает у него уважение, ведь способны к извинению только уверенные и зрелые личности.

10. Если конфликт переходит в скандал, то замолчи первым. Молчание часто воспринимается как безвыходное положение, и другая сторона в этой ситуации иногда предлагает другой выход. Молчание позволяет выйти из ссоры. Но при всем этом молчание не должно быть обидным (без издевки, злорадства, вызова и т. д.).

11. Всячески избегай характеристик эмоционального состояния оппонента. «Успокаивающие» фразы, типа: «Ну вот, полез в бутылку!», «А чего ты кипятишься? Чего бесишься?», только укрепляют и усиливают развитие конфликта.

12. Пользуйтесь «тактикой салями», разбейте проблему на более мелкие куски.

Как правильно конструктивно критиковать

Основные причины неудачной критики

Чтобы овладеть основами конструктивной критики, необходимо, как минимум, узнать о причинах неудачной критики, т. е. такого порицания, в результате которого у критикуемого возникает крайне отрицательное отношение к воздействию, оказываемому на него. К основным причинам неудачной критики относятся:

1. *Фатальность* критики, т. е. такое психолого-эмоциональное воздействие, которое формирует у критикуемого лишь чувство безвозвратной потери, невозможности что-либо изменить. В этой ситуации критикующий заявляет примерно следующее: «Вам надо было поступить исключительно так-то». И поскольку, как говорится, поезд уже ушел, то критикуемый попадает в тупиковую ситуацию, и ему ничего не остается, кроме как сопротивляться и «спасать свое лицо». Ясно, что проку от такой фатальной критики мало.

2. *Назидательность* критики проявляется в тоне, нравоучительных фразах типа: «Чаще надо прислушиваться к моим советам», «Вы поняли наконец, как надо делать?» и т. п. В подобных ситуациях критикуемый считает, что «он ко мне придирается». И чтобы изменить это на «он хочет мне помочь», критикующий должен перейти от упреков к предложению о сотрудничестве. Например: «Свои пожелания я высказываю лишь в надежде сохранить наши добрые отношения».

3. *Эмоциональность* критики проявляется, когда критикующий не может вовремя остановить поток упреков, «заводится» и тем самым подавляет слабых духом собеседников, а сильных подталкивает к активному противоборству. В обоих случаях польза оказывается ничтожной.

Правила конструктивной критики

1. *Старайтесь терпеливо выслушивать объяснения.* К сожалению, немногим руководителям удастся выслушать объяснение со стороны критикуемого непредвзято, терпеливо и до конца. Невольно срываются с уст таких руководителей замечания, подобные такому: «Если хотите со мной говорить – молчите!».

2. *Сохраняйте ровный тон.* Иметь бесконечное терпение – это действительно талант. Когда критикующий легко сбивается на крик, – это

верный признак того, что он не умеет владеть собой. Как подсказывает житейский опыт, эффективность крика в ситуации, когда нужно убедить человека или склонить его к своей точке зрения, близка к нулю, и громче – вовсе не значит убедительнее и понятнее.

3. *Прежде чем критиковать, найдите, за что похвалить и похвалите.* Это достаточно эффективный и проверенный прием. Особенно он действенен в преддверии сокрушительной критики. Например, можно сказать критикуемому: «Мы сотрудничаем уже не первый год, и нередко ваши результаты были просто великолепны. Что же произошло сейчас?» В данном случае критикуемому сетовать на несправедливое, предвзятое к себе отношение со стороны критикующего (начальника, руководителя и т. д.) нет никаких оснований: ведь он ушел от крайности, отметив все – и хорошее, и плохое. Подыскивая, за что похвалить, вы оказываете помощь не только критикуемому, но и себе, поскольку сопоставление хорошего и плохого сделает и вашу позицию более взвешенной и терпимой. А это облегчит выполнение и двух предыдущих правил: выслушивать и сохранять ровный тон. В результате не возникает конфронтация, к которой зачастую приводит критика.

4. *Критикуйте поступки, а не человека.* Каждый может согласиться с тем, что он ошибся, особенно если приведены очевидные факты, но вряд ли кто согласится с тем, что он плохой человек. В последнем случае закладывается конфронтация.

5. *Не критикуйте при свидетелях.* Такая критика вызывает особое неудовольствие со стороны критикуемого.

6. *Помогите критикуемому сохранить свое лицо.* Часто критикуемый не соглашается с нами только потому, что согласие ассоциируется в его сознании с потерей достоинства. Вот почему не следует, видимо, забывать о том, что ничто так не разоружает критикуемого, как условия почетной капитуляции. В этой ситуации крайне важно бывает построить побежденному «золотой мост» для отступления.

6.4. Барьеры общения и их преодоление

Под барьерами общения подразумевают те многочисленные факторы, которые служат причиной конфликтов или способствуют им. Ведь у партнеров по общению часто разные, а нередко и противоположные желания, стремления, установки, характеры, манеры общения, разное самочувствие. **Итак, каковы же основные виды барьеров в общении?**

Барьеры коммуникации. Это барьеры в общении, связанные с обменом информацией между собеседниками в ходе общения.

• **Семантический барьер.** Он встает на вашем пути тогда, когда вы и ваш собеседник под одними и теми же понятиями подразумеваете совершенно разные вещи. Например, для одной девушки хороший муж – это тот, кто любит ее, заботится о ней, зарабатывает достаточно денег, хочет ребенка, любит проводить с ней вместе время; а для другой – тот, который редко пьет и редко бьет ее. Поэтому говоря на одну и ту же тему – «какие же все мужики одинаковые», – они на самом деле будут говорить о разном и могут столкнуться с непониманием друг друга. Для того чтобы разрушить этот барьер, необходимо хорошо понимать партнера и его картину мира – те смыслы, которые он вкладывает в различные понятия.

• **Логический барьер** – это неумение выразить свои мысли. В речи такого человека путаются причинно-следственные связи, происходит подмена понятий. Или ему бывает сложно подобрать слова для тех сложных мыслей, которые пробегают в его голове. Если вы столкнулись с таким собеседником, то наберитесь терпения: слушайте его очень внимательно и задавайте вопросы – это поможет вам получить необходимую информацию.

• **Фонетический барьер** – это плохая техника речи, когда непонятно, что говорит собеседник, и это мешает воспринимать информацию. Если вы заинтересованы в общении с этим человеком, то есть несколько вариантов. При формальном или деловом общении вам придется приспособиться к его манере говорить, изредка переспрашивая в непонятных моментах. При неформальном или дружеском общении вы можете в мягкой форме донести до собеседника, что вам сложно понимать его из-за некоторых особенностей его речи.

• **Личностный барьер.** У каждого из нас есть характер, и некоторые его черты могут кого-то не устраивать. Но у кого-то эти черты настолько заострены, что его характер может быть барьером в общении. Например, чрезмерная медлительность или, наоборот, суетливость могут раздражать партнеров по общению.

Барьеры взаимодействия. Это барьеры, связанные с взаимодействием с человеком во время общения и возникающие из-за недовольства поведением партнера по общению. Как правило, в позициях собеседников есть существенные различия.

• **Мотивационный барьер** возникает тогда, когда у партнеров по общению разные мотивы вступления в контакт. Например, вы хотите поддержки от подруги, а она хочет, чтобы вы обсудили ее новое пла-

ть. В таком случае вы можете столкнуться с непониманием и даже поругаться. Чтобы этого не произошло, полезным будет вовремя обозначать собственные мотивы: «Знаешь, сейчас мне очень нужно, чтобы ты меня поддержала, а потом обсудим платье».

- **Барьер некомпетентности.** Вас может злить некомпетентность партнера, когда он начинает говорить очевидные для вас глупости. Это вызывает чувство злости и потерянного времени.

- **Этический барьер** возникает в ситуации несовместимости нравственных позиций партнеров по общению. Главное – не пытаться перевоспитать или осмеять вашего собеседника. Гораздо правильнее свернуть общение или попытаться найти какой-то компромисс, особенно если у вас есть какая-то важная общая цель.

Барьеры понимания и восприятия – это барьеры, связанные с восприятием и познанием друг друга, а также с установлением взаимопонимания на этой основе.

- **Эстетический барьер** возникает тогда, когда нам не нравится, как выглядит собеседник. Для его возникновения есть разные причины, например, если он неопрятно или неряшливо одет или нас раздражает что-то в его внешности. Не думать об этом бывает сложно, однако необходимо, ведь этот контакт может быть для нас очень важен.

- **Социальный барьер.** Причиной затруднений в общении может быть разный социальный статус партнеров. Если они придают значение социальному положению друг друга и для них оно может быть препятствием, это способно осложнить общение. Но ведь для многих ситуаций статус неважен – например, для обсуждения вашего любимого занятия или поддержки друг друга.

- **Барьер отрицательных эмоций.** Согласитесь, довольно тяжело общаться с расстроенным или разозленным человеком. Многие из нас склонны принимать эти эмоции на свой счет (хотя бы отчасти). Здесь необходимо помнить о том, что зачастую причина плохого настроения собеседника кроется в каких-то иных вещах – обстановке в семье, проблемах на работе или личностном кризисе. Однако в случае, если отрицательные эмоции собеседника существенно препятствуют разговору, его лучше отложить на другое время.

- **Барьер установки.** Очень часто общение осложняется, если ваш партнер изначально имеет не очень хорошее мнение о вас. В большинстве случаев правильнее всего будет обсудить этот вопрос и честно спросить об этом собеседника, попытаться объяснить ему, что он ошибается. В тех ситуациях, когда это невозможно, постарайтесь просто учесть этот факт и строить свое общение с партнером достаточно ак-

куратно. Когда пройдет какое-то время и он поймет, что его установка ничем не подкрепляется, она может исчезнуть сама собой.

• **Барьер «двойника».** Он заключается в том, что мы невольно думаем о нашем собеседнике как о самом себе: приписываем ему наши мнения и взгляды и ждем от него тех же поступков, которые сами бы совершили. Но он другой! Важно не забывать об этом и стараться воспринимать и запоминать все то, что отличает его от нас.



Л е к ц и я 7. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

1. Деловое общение, его функции, уровни и виды. Национальные особенности делового общения.
2. Деловая беседа как основная форма делового общения.
3. Имидж делового человека.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Б о р о з д и н а, Г. В. Психология делового общения / Г. В. Бороздина. – Минск: ИНФРА, 2006.
2. В е ч е р, Л. С. Секреты делового общения / Л. С. Вечер. – Минск: Вышэйш. шк., 1996.
3. М о р о з о в, А. В. Деловая психология. Курс лекций: учебник для высших и средних спец. учеб. заведений / А. В. Морозов. – СПб.: Союз, 2000.
4. У р б а н о в и ч, А. А. Психология управления: учеб. пособие / А. А. Урбанович. – Минск: Харвест, 2003.

7.1. Деловое общение, его функции, уровни и виды

Деловое общение представляет собой особую форму взаимодействия людей в процессе определенного вида трудовой деятельности, которая содействует: установлению нормальной морально-психологической атмосферы труда и отношений партнерства между руководителями и подчиненными, между коллегами; создает условия для продуктивного сотрудничества людей в достижении значимых целей; обеспечивает успех общего дела. *Цель делового общения* – организация совместной предметной деятельности.

Особенности делового общения:

- партнер в деловом общении всегда выступает как личность, значимая для субъекта;
- общающихся людей отличает хорошее взаимопонимание в вопросах дела;
- основная задача делового общения – продуктивное сотрудничество.

Характеристики делового общения:

- *регламентированность* – это подчинение установленным правилам и ограничениям. Регламентированность предполагает соблюдение делового этикета, который включает в себя правила приветствия и представления, нормы поведения, диктует нормы речевого этикета;
- *строгое соблюдение участниками общения ролевого амплуа*. В процессе общения деловому человеку в разных ситуациях приходится быть и начальником, и подчиненным, и коллегой, и партнером, и участником какого-либо мероприятия. Это необходимо учитывать и вести себя в соответствии с требованиями, предъявляемыми конкретной обстановкой;
- *повышенная ответственность участников делового общения за его результат*. Успешное деловое общение во многом определяется

выбранной тактикой общения, т. е. умением четко сформулировать цели коммуникации, умением верно определить интересы партнеров;

– *строгое отношение к использованию языковых средств*. Не допускается в деловом общении использование бранных слов и ненормативной лексики, использование просторечных слов.

Формы делового общения:

Деловая беседа представляет собой форму устного обмена информацией между несколькими людьми в узком кругу. Беседа является важнейшим элементом таких управленческих процедур, как: деловые переговоры, консультации, встречи, оформление на работу или увольнение. Менеджеру полезно усвоить следующее: управление – это умение разговаривать. Менеджеру необходимо излагать свои мысли ясно. Беседа отличается от собраний и совещаний количеством участников, свободным характером обсуждаемых проблем, ходом и результатами. Именно во время деловых бесед происходит заключение деловых контактов и принимаются важнейшие решения.

Деловое совещание – это одна из важнейших форм управленческой деятельности. Деловое совещание – это способность коллективного разума к выработке оптимальных решений по актуальным и наиболее сложным вопросам, возникающим в организации. На совещании сотрудники учатся работать в коллективе, комплексно подходить и решать общие задачи – достигать компромиссов. Во время совещания происходит обмен информацией между подчиненными и руководителями. Для некоторых сотрудников участие в деловом совещании – это единственная возможность видеть и слышать руководителей высшего уровня управления.

Телефонное общение преследует современного человека повсюду. Начало рабочего дня – это уже телефонные звонки. При телефонных переговорах следует помнить, что главным инструментом становится голос и говорить надо так, чтобы тебя «видели». Разговор по телефону осуществляется в случае нецелесообразности личной встречи.

Деловая переписка – деловое письмо (служебное послание в виде официального документа, а также в форме запросов, предложений, претензий, поздравлений и ответов на них). При составлении делового письма нужно, чтобы оно было актуальным, кратким, логичным, убедительным с отсутствием излишней солидарности.

Деловые переговоры – это деловое общение с целью устранения противоречий между собеседниками и выработки общего решения.

Публичное выступление – это непосредственное речевое воздействие выступающего на аудиторию. В зависимости от целей публич-

ное выступление делится на информационное, побуждающее (митинг, предвыборная речь) и убеждающее (торжественная речь). Данная форма делового общения является одной из самых сложных, так как внимание слушателей приковано только к оратору, который должен четко следить за своей речью, мимикой, жестами и реакцией аудитории.

Национальные особенности делового общения

Деловой этикет предписывает неукоснительное соблюдение при переговорах *правил поведения страны-партнера* по бизнесу. Во время деловой беседы с *итальянцами* постарайтесь не демонстрировать своего неприятия их громкой, чрезмерно оживленной речи, горячности обсуждения даже несущественного вопроса, а при общении с японцами не удивляйтесь употреблению ими сверхвежливых оборотов речи.

Немецкой деловой культуре свойственны такие черты, как стремление к порядку, дисциплинированность, пунктуальность, экономность, дотошность. Главное отличие немецкой манеры вести дела – степень официальности. Все встречи назначаются заблаговременно. Весьма неодобрительно воспринимаются внезапные предложения, изменения. Одеваются строго. Для женщин в деловой одежде исключаются брюки. Очень высоко ценится профессионализм. Вместе с тем немцы достаточно коммуникабельны, любят повеселиться, развлечься.

Англичане характеризуются деловитостью, почитанием традиций, вежливостью, законопослушанием. В общении они очень сдержанны, что иногда воспринимается как замкнутость, чопорность. В Англии господствует правило «*соблюдай формальности*». Обращение на «ты» к англичанину абсолютно немыслимо, так же как и обращение к кому-либо по имени без специального разрешения. Британцы очень строго соблюдают процедуру знакомства. Обмен рукопожатиями принят только при первой встрече. Говорить с англичанином о делах после окончания рабочего дня считается дурным тоном, даже если вы выпиваете или ужинаете со своим деловым партнером.

Французы очень галантны, стремятся придерживаться этикета, при этом в поведении раскованны и открыты для собеседников. Они очень ценят интеллект, умение изъясняться. Чувство удовлетворения у французов вызывает интерес к их культуре. В деловых отношениях

ценятся личные связи. Многие важные решения принимаются на деловых приемах.

Японская деловая культура определяется, в первую очередь, коллективизмом, отождествлением работниками себя с фирмой. Коллективизм проявляется в одинаковой рабочей одежде рядовых сотрудников и управляющих, в совместном проведении досуга. Почти все фирмы имеют моральные кодексы и их требования добросовестно выполняются. Японцы избегают противоречий и конфликтов, стремятся к компромиссам. Конфликты решаются не столько с использованием юридических законов и адвокатов, сколько посредством переговоров. В деловой этике очень ценятся трудолюбие, усердие. Японцы отличаются пунктуальностью и почти никогда не опаздывают на встречи. Рукопожатие при знакомстве в Японии не принято. Японцы часто демонстрируют внимание, слушая собеседника. Стремление японцев не употреблять слово «нет» и употреблять слова «да» в значении, что вас слушают, не знаящего об этом человека может ввести в заблуждение.

В деловых отношениях с **арабами** следует помнить об обязательном соблюдении исламских традиций. В месяц рамадан мусульманину не положено ничего есть с восхода до заката солнца. В первый месяц мусульманского нового года не следует устраивать приемы. Все дела пять раз в день прерываются для совершения молитвы, четверг или пятница у мусульман – день отдыха и служения богу. Запрещается употреблять свинину и спиртное. Не стоит с представителями исламского мира заводить разговор о религии или политике. Арабам скорее всего затруднительно будет иметь деловые отношения с представительницами женского пола.

7.2. Деловая беседа как основная форма делового общения

Традиционно всякая деловая беседа проходит ряд этапов:
начало беседы и установление контакта;
передача информации;
аргументирование (высказывание своих аргументов, выслушивание доводов собеседника, принятие или опровержение этих доводов);
подведение итогов, принятие решения.

Зачастую многие беседы заканчиваются, так и не успев начаться. Почему? Потому что первые фразы беседы оказались слишком незначимыми. А ведь именно несколько первых предложений часто решающим образом воздействуют на собеседника, т. е. на его решение: выслушивать нас дальше или нет. Собеседники обычно более вниматель-

но слушают именно начало разговора – часто из любопытства, в ожидании чего-то нового, для снятия напряжения, возникающего в начале беседы.

П. Милич выделяет три типичных примера «самоубийства» *в начале беседы*.

1. *Извинения и проявления признаков неуверенности*. Фразы типа: «Извините, если я помешал...», «Я вас умоляю выслушать меня...».

2. *Неуважение и пренебрежение к собеседнику*. Фразы типа: «Я как раз случайно проходил мимо и заскочил на минутку к вам...», «Давайте с вами быстренько рассмотрим этот вопросик...».

3. *Попытки первыми вопросами вынуждать собеседника подыскивать контраргументы и занимать оборонительную позицию*. Например: «Я бы хотел с вами обсудить следующую проблему. Мне кажется, вы крайне заинтересованы в ее обсуждении именно сейчас». На вполне логичный ответ: «Но меня сейчас эта проблема не волнует», – следует парирование: «А почему она вас не волнует сейчас? Какие на это есть причины?». Таким образом, собеседник оказывается в оборонительной позиции.

В начале беседы рекомендуется использовать следующие темы: какая-либо новость (не шокирующая); собеседник и все что с ним связано; общие интересы и темы.

Основное требование к началу беседы – она должна начинаться с так называемого «Вы-подхода» («Ваша проблема заключается в том...» «Вам будет интересно узнать...»).

Фаза передачи информации – создает предпосылки для аргументации и состоит из четырех этапов.

Для того чтобы успешно пройти все четыре этапа, необходимы:

лаконичное и четкое построение передаваемой информации: чем больше информации будет адресоваться собеседнику, тем меньший объем информации запомнит наш собеседник;

визуальный контакт: не выпускаем собеседника из виду, наблюдая за его реакцией, т. е. смотрим в глаза собеседнику, когда он излагает свою точку зрения и позицию;

умение слушать собеседника: истина – все слушают, но далеко не все слышат.

Прием снятия напряжения призван установить тесный контакт с собеседником. Он осуществляется при помощи приятных фраз в адрес собеседника, уместной шутки:

- фраза должна включать не более 11–13 слов (по некоторым ис-

точникам – не более 7);

- фраза, произносимая без паузы дольше 5–6 секунд, перестает осознаваться;

- человек высказывает 80 % из того, что хочет сообщить, а слушающие из этого воспринимают не более 70 %, понимают – 60 %, в памяти же у них остается от 25 до 10 %;

- при импульсивном эмоциональном реагировании обычно понимается не более трети воспринимаемой информации, поскольку возникающий при этом стресс готовит для активного ответа тело (выбрасыванием в кровь адреналина, активизацией дыхания и пульса, задействованием резервов сахара и жира), блокируя «ненужную» в данный момент работу мозга.

Те, кто действительно умеют прислушиваться к другим, обладают мощным средством влияния, средством, которое можно получить, обучившись следующим навыкам:

направлять свое внимание: посмотрите на человека, почувствуйте интерес к тому, что он говорит, не давайте себе отвлекаться;

следить за невербальными знаками;

не выносить оценок до тех пор, пока полностью не уясните взгляды другого человека;

не позволять себе перебивать другого;

проверять свое понимание;

создавать совместные идеи: стремитесь расширять и развивать сказанное другим человеком, а не выискивать в нем ошибки.

Фаза аргументации – наиболее трудная фаза беседы. Методы аргументирования:

1. *Фундаментальный метод* предполагает ознакомление собеседника с фактами и сведениями, являющимися основой нашего доказательства. Наиболее важную роль при этом играют цифровые примеры (они, в отличие от словесных сведений, более объективны; в данный момент никто из присутствующих не в состоянии их опровергнуть).

2. *Метод противоречия* является оборонительным и основан на выявлении противоречий в аргументации противника.

3. *Метод «да..., но».*

4. *Метод бумеранга* дает возможность использовать оружие собеседника против него самого. Например, на каверзный вопрос: «Сколько светофоров находится на участке Садового кольца от здания мэрии до Крымского моста?» – вполне уместен ответ: «Наверное, столько же, сколько от Крымского моста до здания мэрии».

5. *Метод опроса* основывается на том, что вопросы задаются заранее. Вопросы – «ударный инструмент» любой беседы, а поскольку мы хотим узнать от собеседника преимущественно не то, что он сам нам хочет сообщить, то мы тщательно их продумываем.

6. *Метод видимой поддержки* состоит в том, что мы нашему собеседнику вообще не возражаем, а, наоборот, приходим на помощь, приводя новые доказательства в пользу его аргументов. Но только для видимости! А затем следует контрудар. Например: «Вы забыли в подтверждение вашего тезиса привести еще и такие факты... (далее следует их перечисление). Но все это вам не поможет, так как...». Таким образом, создается впечатление, что точку зрения собеседника мы изучили более основательно, чем он сам.

А теперь перечислим ряд спекулятивных методов аргументации. Они представляют собой приемы, использование которых стоит под вопросом, но знать о которых следует.

1. *Метод преувеличения* состоит в обобщении любого рода и преувеличении, а также в составлении преждевременных выводов. Например: «Это все – происки моих недоброжелателей» (обобщения), «Все руководители заносчивы и высокомерны» (преувеличения).

2. *Метод анекдота*. Одно остроумное или шутовское замечание, сказанное вовремя, может полностью разрушить даже тщательно построенную аргументацию. Наилучший прием – отплатить той же монетой. Если же мы не в состоянии это сделать, то единственное, что нам остается, это посмеяться над собой вместе со всеми. И чем громче – тем лучше.

3. *Метод использования авторитета* состоит в цитировании известных авторитетов, причем зачастую в цитате речь может идти совсем о другом. Но для слушателей вполне достаточно упоминания известного имени. В этом случае желательно привести цитату не менее уважаемого человека.

Основные правила тактики аргументирования

1. *Применение аргументов*. Фазу аргументации начинать в живом стиле. На длительных переговорах не следует сразу же использовать все оружие – что-то нужно оставить и напоследок.

На собеседника, мнение которого не совпадает с нашим, гораздо больше повлияет двусторонняя аргументация, когда мы указываем как на преимущества, так и на слабые стороны предлагаемого решения. Выводы практической психологии свидетельствуют: решающее значе-

ние оказывает начальная информация, поэтому в фазе аргументации сначала перечисляют преимущества, а потом недостатки какого-либо решения. Еще лучше использовать следующий порядок использования аргументов: сильные – средние – самый сильный.

2. *Выбор техники.* Он зависит от психологических особенностей собеседников. Так, было бы ошибкой применить метод опроса к замкнутому собеседнику. В то же время для хладнокровного специалиста четыре цифры будут значить больше, чем тысяча слов. Нужно сначала выявить позицию собеседника и потом включить ее в нашу аргументацию. Как этого достичь:

- путем прямого обращения к собеседнику («Что вы думаете об этом предложении»);
- путем эмоционального и открытого одобрения («Это отличная идея!», «Вы совершенно правы!», «Замечательно!» и др.). Проявив внимание, мы тем самым поощряем собеседника. Собеседник, которого мы тем или иным образом заставили почувствовать себя обязанным, примет нашу аргументацию с меньшим сопротивлением;

3. *Избегание обострений.* Для этого рекомендуется:

- по особо деликатным вопросам переговорить с собеседником наедине до начала деловой беседы, так как с глазу на глаз можно достигнуть гораздо большего, чем в зале заседаний;
- в исключительно сложных ситуациях сделать перерыв, чтобы «остыли» головы.

4. *«Стимулирование аппетита».* Сначала нужно описать текущее состояние дел с упором на возможные негативные последствия, а потом указать направление возможных решений с подробным обоснованием всех преимуществ. Чтобы добиться как можно большей убедительности, мы должны сами сделать выводы и предложить их собеседнику, потому что факты никогда не говорят сами за себя.

Не меньшее значение, чем аргументация, имеет форма выступления, **речь выступающего.**

Вот несколько практических рекомендаций на этот счет.

1. Речь должна быть построена так, чтобы вовлечь слушателя в обсуждение проблемы, заставить его думать и переживать. Этому способствуют риторические вопросы, размышления вслух, обращения к слушателям за советом и помощью (например: «Как вы думаете, какую экономию времени и средств можно получить, используя нашу технику?»).

2. Язык выступления должен быть живым, образным (например: «Память нашего компьютера способна вместить содержание миллио-

нов томов – всего написанного человечеством за его долгую историю»).

3. В речи на презентации следует избегать фраз от первого лица. Следует говорить «мы», «нас», «наше» и т. д. Это придаст высказываниям больший вес и достоверность.

4. Полезно знать, что психологами выявлен ряд слов, которые уже на уровне подсознания люди воспринимают положительно либо отрицательно.

Положительные эмоции вызывают слова: надежность, гарантия, испытанный товар (способ), обязательство, проверенный продукт, специальный контроль.

Отрицательную реакцию встречают слова: расходы, потери, цена, демонстрация (товара), обязанности, новый, новинка, договор, обучение, срок, нет.

Так, вместо «расходы» лучше говорить «инвестиции», вместо «цена» – «сумма», вместо «демонстрация» – «презентация», вместо «обучение» – «повышение квалификации», вместо «срок» – «период» и т. д.

5. Особое внимание следует придавать вступлению и заключению.

Вступление должно содержать яркий факт, актуальный пример, даже анекдот, способные пробудить внимание аудитории, дать ей необходимый настрой.

Заключение должно быть построено в оптимистическом духе, содержать впечатляющую итоговую информацию, запоминающуюся мысль, перспективную идею.

Фаза принятия решения венчает наши усилия и всю деловую беседу. Если собеседник противится:

не отступайте, пока собеседник несколько раз не повторит «нет»;

не сдавайтесь на милость собеседника до тех пор, пока не испробуете все возможное;

всегда оставляйте в запасе один сильный аргумент, подтверждающий наш тезис на тот случай, если собеседник в момент принятия решения начнет колебаться. Например: «Да, я забыл добавить, в случае неудачи мы все расходы берем на себя»;

попытайтесь привести положительный пример – сошлитесь на случай, имевший место с тем, кто похож на вашего собеседника.

7.3. Имидж делового человека

необходимо, если: руководитель является «чужим» по отношению к организации; руководитель не имеет большого опыта управления; существуют внешние причины для создания имиджа руководителя как некоего аналога «торговой марки» предприятия. Здесь создание имиджа связано с надеванием некоторой маски, и успех в этом случае обусловлен двумя основными факторами: насколько правильно выбрана маска, и насколько она близка личности самого руководителя. Создание благоприятного имиджа руководителю необходимо для работы всего предприятия, ведь за силой и уверенностью стоит победа!



Искусственное формирование имиджа

Менеджер должен быть человеком воспитанным, привлекательным. Это для него не просто желательные, как для любого другого человека качества, а обязательные профессиональные признаки. Ведь бизнесмену-руководителю приходится все время иметь дело с людьми, а от их отношения к личности менеджера во много зависит успех предприятия.

Прежде всего это естественность поведения, непринужденность в обращении. Непосредственность без фамильярности, дружелюбие без слащавости, прямота без грубости, искренность без хитрости, открытость без назойливости. Все это вместе можно назвать *тактом*. Тактичный человек терпимо относится к окружающим, никогда не ставит других в неловкое положение. Признаки такта – не вмешиваться в чужие дела, не ныть и не жаловаться на свои трудности. Такт – это также скромность и стремление оставаться в тени, не делать другим замечаний. И при всем этом соблюдать собственное достоинство, уважать не только окружающих, но и себя. В русском языке все эти качества получили название «**интеллигентность**». Нужно терпеливо воспитывать в себе интерес к людям. Одно из главных «упражнений» – терпеливо и с любопытством выслушивать других. Отличительным качеством его имиджа является **речь**. Следует говорить негромко и спокойно. В острой ситуации помнить золотое правило: содержание речи, аргументация должны быть твердыми, а форма выражения – мягкой (чаще бывает наоборот). Старайтесь говорить коротко и весо-

мо. Жители одного африканского племени требуют от оратора, чтобы он говорил, стоя на одной ноге. Представьте себя таким выступающим и вам захочется говорить покороче. Избегайте слов-паразитов: «как говорят», «честно сказать», «вот», «ну» и т. п. Жесты и мимика должны быть сдержанными. Не переходите на «ты», особенно если ваш собеседник моложе вас или ниже по положению. Деловую беседу лучше вести, сидя рядом (на расстоянии вытянутой руки). Старайтесь во время деловой встречи периодически смотреть собеседнику в лицо. Желательно не делать ничего руками (не вертеть карандаш или пепельницу, не листать блокнот и т. п.) – это отвлекает и снижает значимость беседы. Не следует, конечно, постоянно поглядывать на часы, поправлять галстук, пить воду – одним словом, суетиться. Помогает деловой беседе доброжелательная **улыбка**, уместная шутка, хороший юмор. Китайская поговорка учит: *«Тот, кто не умеет улыбаться, не должен заниматься торговлей».*

Поговорим еще об одном важном проявлении стиля и имиджа менеджера – о его **одежде**. Провожают, как известно, по уму. Встречают, увы, по одежке. Одежда должным образом настраивает по отношению к нам окружающих. Для менеджера одежда – это его визитная карточка. Одежду надо уметь носить: один и тот же пиджак на двух людях может сидеть совершенно по-разному. Помимо пропорций фигуры играет роль осанка, умение держаться, ходить, садиться и вставать.

Вот некоторые **общие требования к внешнему виду менеджера**.

1. Никогда не надевайте одновременно костюм и спортивную обувь.

2. Если вы надели костюм, всегда надевайте галстук.

3. Сорочка, надеваемая с костюмом, должна иметь длинные рукава. Считается элегантным, если манжеты сорочки видны из под рукавов пиджака примерно на 1,5–2 см.

4. Не допускайте, чтобы затяжной конец галстука выступал из-за его лицевой части.

5. Если вы не знаете, какие туфли или сорочку выбрать, то предпочтите белую сорочку и черные туфли.

6. В завязанном состоянии галстук должен касаться нижним концом пряжки ремня.

7. Ширина галстука должна быть соразмерной ширине лацканов пиджака.

8. Галстук должен быть светлее костюма и темнее сорочки.

9. Брюки должны быть обязательно прямого покроя и такой длины, чтобы на ботинки они спустились небольшой складкой.

10. Цвет носков подбирают к брюкам и ботинкам. Носки должны быть длинными и на один тон светлее или темнее брюк.

11. Туфли классического стиля должны быть на тонкой подошве. Обувь необходимо подбирать под цвет костюма – либо того же тона, либо на тон темнее.

12. Чем ближе к вечеру и официальнее обстановка, тем более темным должен быть костюм. В этом случае уместными считаются броские, блестящие и яркие аксессуары: часы с браслетом необычной формы; красивые и дорогие запонки; остроносые туфли с оригинальной отделкой и т. д.

Многочисленные исследования позволяют дать несколько рекомендаций, помогающих **деловой женщине** избежать типичных ошибок при выборе своей одежды. *Платье* деловой женщине лучше всего иметь с длинным рукавом. Цвет его, как показывают психологические эксперименты, лучше различных оттенков синего, коричневого, серого и бежевого цветов. Что касается неудачных цветов, то это зеленый, оранжевый, светло-ржавый, ярко-желтый, пурпурный, нежно-голубой, розовый, ярко-красный. Следует, видимо, учитывать и те цвета, которые, как показывают исследования психологов, привлекают или отталкивают мужчин. Привлекают: бледно-желтый, бежевый, бледно-розовый, розовый, темно-синий, черный, белый, рыжевато-коричневый, красный. Отталкивают: серый, зеленый, ярко-желтый, оранжевый. *Юбка* должна быть прямой, зауженной книзу, облегающей бедра, с разрезом сзади не более 10 сантиметров. Классическая длина юбки – до середины колен. Но она может быть и чуть выше колена, и чуть ниже. Брюки должны быть чисто классического покроя, чуть зауженные книзу.

При выборе цвета *костюма* следует пользоваться теми же рекомендациями, что и при выборе платья. Деловой костюм, состоящий из юбки и пиджака, чаще предназначается для мероприятий первой половины дня. Брюки и пиджак хороши вечером. *Туфли* рекомендуется носить на каблуке высотой 4 сантиметра, желательно лодочки. *Чулки* следует носить только натуральных, телесных цветов.

Американская исследовательница по имиджу Лилиан Браун (имиджмейкер пяти американских президентов) считает, что «профессиональный навык сам по себе не обеспечит вам работы или повышение по службе. Для этого нужно уметь располагать к себе людей, с которыми работаешь, т. е. необходимо создать нужный имидж».

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка.....	3
Л е к ц и я 1. Межличностные отношения и общение	4
Л е к ц и я 2. Психология взаимодействия в совместной деятельности.....	20
Л е к ц и я 3. Особенности межличностного взаимодействия в малой группе	36
Л е к ц и я 4. Социально-психологическая характеристика основных струк- турных компонентов общения. Коммуникативная сторона общения.....	48
Л е к ц и я 5. Интерактивная и перцептивная стороны общения.....	82
Л е к ц и я 6. Общение в условиях конфликта.....	94
Л е к ц и я 7. Психологические особенности делового общения	108

Учебное издание

Шатравко Наталья Семеновна
Захаренко Татьяна Александровна

ПСИХОЛОГИЯ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Курс лекций

Редактор *Т. П. Рябцева*
Технический редактор *Н. Л. Якубовская*
Корректор *С. Н. Кириленко*
Компьютерная верстка *Е. А. Радченко*

Подписано в печать 04.11.2013. Формат 60×84 ¹/₁₆. Бумага офсетная.
Ризография. Гарнитура «Таймс». Усл. печ. л. 7,21. Уч.-изд. л. 6,81.

Тираж 100 экз. Заказ .

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий № 1/152 от 09.10.2013,
выданное Министерством информации Республики Беларусь.
Ул. Мичурина, 13, 213407, г. Горки.

Отпечатано в УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия».
Ул. Мичурина, 5, 213407, г. Горки.