Владимирский Государственный педагогический университет.

Технико-экономический факультет.

**Реферат:**

«Вербальные и невербальные коммуникации.

Характеристики общения.

Личность как субъект общения»

Выполнил:

Проверил:

Владимир 2002.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Вербальные коммуникации
   1. Совершенствование навыков вербального общения
   2. Совершенствование навыков письменной речи
   3. Денотаты и коннотации
   4. Ассертивность
   5. Структура речевой коммуникации.
   6. Успешность коммуникации и коммуникативные навыки
2. НЕВЕРБАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
   1. Межличностное пространство. Взгляд. Язык поз и жестов.
   2. Общее представление о языке телодвижений
   3. Восприимчивость, Интуиция и Предчувствия
   4. Качество присутствия и элементы невербального общения
      * Позиция и дистанция
      * Открытая поза
      * Выражение лица
      * Визуальный контакт
      * Кивки головой
      * Паузы и молчание
3. ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЩЕНИЯ
   1. Определение общения
   2. Типы и виды общения
4. Личность как субъект общения
   1. Свойства личности
      * коммуникативная сторона общения
      * перцептивная сторона общения
      * интерактивная сторона общения
   2. Формирование и свойства личности

ВЕРБАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Совершенствование навыков вербального общения

Устная речь по-прежнему остается самым распространенным способом коммуникации.

Чтобы вас поняли, мало иметь хорошую дикцию. Вы должны ясно осознавать, что собираетесь сказать. Кроме того, вы должны выбрать такие слова, чтобы ваша мысль была верно понята. Если человеку предстоит выступить перед большой аудиторией, он формулирует для себя тезисы или как-то иначе готовится к докладу. Но в обыденной жизни устная коммуникация требует спонтанности, и это может вызвать у человека тревогу, неуверенность и даже страх. Работу над устной речью можно начать с расширения словарного запаса. Вспомните Мартина Идена Д. Лондона, который, решив стать писателем, ежедневно стал учить определенное количество новых слов. Это ему помогло. Сейчас обычно если и учат новые слова, так только при изучении иностранного языка. Хотя расширять свой словарный запас надо как тем, у кого он невелик, так и тем, чья профессия этого требует (писатель, оратор, переводчик, политик и т.п.). Если вы ясно понимаете, что именно хотите сказать, и ваш словарный запас достаточно велик, то вы наверняка сумеете точно выразить свою мысль и предотвратите возможные недоразумения. И напротив, люди, у которых сумбур и в мыслях и в словах, постоянно рискуют попасть впросак. Зачастую люди стесняются пользоваться своим богатым словарным запасом, не желая щеголять образованностью, опасаясь показаться заносчивыми.

Очень важной способностью, связанной с устной речью, является умение удерживать внимание слушателей. Если, выступая с докладом, вы будете смотреть кому-либо из слушателей прямо в глаза, то его ответное внимание вам будет гарантировано. И наоборот, если вы будете излагать свои мысли монотонным голосом, уткнувшись в заранее подготовленную бумажку, то очень скоро обнаружите, что аудитория не слушает вас. Визуальный контакт с аудиторией полезен еще и потому, что позволяет докладчику оценить реакцию слушателей. Самым эффективным, как правило, бывает личное общение, то есть коммуникация, в которой участвуют два человека. Так, в политике давно известен факт, что личное общение с избирателями повышает шансы кандидата на успех в избирательной кампании.

Как добиться, чтобы ваше общение с супругом, учителем, начальником или с понравившейся вам девушкой было более эффективным? Психологи установили, что общению больше способствуют открытые вопросы. При ответе на закрытый вопрос ("Вам нравится ваша работа?") можно ограничиться простым "да" или "нет", тогда как открытый вопрос ("Что вам нравится в вашей работе?") требует развернутого ответа.

Совершенствование навыков письменной речи

Люди пользуются письменной коммуникацией реже, чем устной. Но с приходом электронной почты важность письменного общения сильно возросла.

Работодатели при отборе кандидатов на вакантные места все большее внимание обращают на их умение грамотно излагать свои мысли на бумаге. Если при поступлении на работу вам предлагается заполнить анкету, то это может означать, что работодатель таким образом предполагает проверить ваши знания грамматики и орфографии.

Любое письменное сообщение имеет одно несомненное преимущество перед устным. Составляя его, вы имеете возможность подумать, привести в порядок свои мысли и в случае необходимости даже переписать набело. Однако нужно отметить и два недостатка письменной коммуникации. Во-первых, письменное сообщение не может передать интонации вашего голоса и жестикуляцию (часто, но не всегда: смайлики - большое достижение человечества ;-) ), а во-вторых, вы лишены мгновенной обратной связи с читателем. Чтобы устранить первый недостаток, имеет смысл привнести в ваше послание эмоциональную нотку. Здесь, как и в устной коммуникации, хорошую службу вам может сослужить богатый словарный запас. Вторая проблема легко решается, если вам известны образовательный уровень, интересы и словарный запас людей, к которым вы обращаетесь. Короткое сообщение, написанное простым языком, как правило, более понятно людям.

Денотаты и коннотации

Денотатом называют предметное значение слова или, говоря иначе, его словарное определение. Например, толковый словарь определяет понятие "отец" как "родитель мужского пола". Это определение и является денотатом данного слова. Понятие "коммунизм" определяется как "общественный строй с общественной собственностью на средства производства".

Но, кроме этого, оба названных нами слова, "отец" и "коммунизм", имеют эмоциональную окраску, то есть несут в себе особый смысл, которого словарное определение не может раскрыть полностью. При определении денотативного и коннотативного значения слова вы можете столкнуться с некоторыми проблемами. Многие слова имеют не одно, а несколько значений, другие в обиходном употреблении приобретают новые значения. Зачастую только контекст помогает понять, что обозначало то или иное употребленное в разговоре слово. Например, вам говорят: "У меня есть отличная трава!" Чтобы не попасть впросак, вам нужно точно знать, о какой "траве" идет речь. Если человек, воскликнувший это, похож на коммивояжера фирмы "Цветы и семена", можно надеяться, что вам предлагают траву для газона перед вашим домом. Однако если у вашего собеседника бегающие глаза, странные движения и неровная речь, то можно предполагать и некоторое иное значение этого невинного слова.

Работодателям хорошо известно различие между денотативным и коннотативным значениями слов. Так, просто изменив название той или иной рабочей должности, можно сделать ее более привлекательной, несмотря на то, что ее содержание останется прежним. Представьте, что вам нужно нанять человека, который следил бы за чистотой в доме: вытирал пыль, подметал и пылесосил полы, поддерживал порядок на кухне и в двух ванных комнатах и чистил столовое серебро. Можно дать объявление в газету о том, что вам требуется "уборщица" или "прислуга", а можно указать, что вы ищете "технического работника с широким кругом обязанностей". Ясно, что последнее название обеспечивает потенциальному работнику более высокий социальный статус, делает его труд более престижным. Говоря иными словами, словосочетание "технический работник" имеет более благоприятное коннотативное звучание. Подумайте, как изменится отношение людей к секретарскому труду, если перестать пользоваться словами "машинистка" или "секретарша", а избрать более благозвучное название профессии, например "секретарь-референт" или "помощник директора". Кстати, именно такую эволюцию прошла эта профессия в последние годы в нашей стране ;-).

Не только работодатели уделяют большое внимание коннотативным значениям слов. Очень важны коннотации и для работников рекламного бизнеса. Для грамотной рекламы необходимы слова с мощным эмоциональным звучанием, как позитивным, так и негативным. Такие слова, как "грязь", "бактерии", "пятно", "ржавчина", "боль", "усталость", которые мы ежедневно слышим в рекламных роликах, пробуждают у нас негативные чувства. Затем, как правило, рекламодатель предлагает продукт, который "очищает", "облегчает", "успокаивает" или "стимулирует", то есть рекламодатель употребляет слова с мощным позитивным звучанием.

Ассертивность

Ассертивностью называют способность человека отстаивать свои права. Имеется "тройственный принцип", который заключается в следующем: оказываясь в конфликтной ситуации, будьте тверды, честны и дружелюбны. Ваша твердость не позволит оппоненту манипулировать вами или запугивать вас. Ваша честность не позволит вам оказаться втянутым в аморальную ситуацию, даже если вас будут провоцировать на это. Ваше дружелюбие даст понять вашим оппонентам, что вы готовы к сотрудничеству.

Психологи советуют в конфликтных ситуациях поступать так, как подсказывают вам ваши чувства. Если вы чем-то расстроены, обижены, подавлены или считаете, что вас несправедливо отчитали, сразу же скажите об этом. Поверьте, гораздо лучше прямо заявить о своих чувствах, чем носить их в себе и выплескивать на кого попало. При этом совсем не обязательно стучать по столу кулаком или хватать обидчика за грудки, достаточно просто сказать: "Мне это не нравится", и это умерит ваш гнев.

Агрессивная, обвинительная тактика не приводит к разрешению конфликта, наоборот, она заставляет людей защищаться и упорствовать в своем мнении. Рекомендуется в таких случаях использовать "я - утверждения" вместо "ты - утверждений", то есть говорить о своих переживаниях, а не о личных качествах оппонента. Например, мать может сказать своему ребенку: "Меня огорчает, что ты не хочешь делиться игрушками с братом". Это будет лучше, чем заявить: "Жадный мальчишка, почему ты никогда не даешь свои игрушки брату?" После того как вы поделитесь чувствами, которые вызывает у вас данная ситуация, можно предложить возможный способ ее разрешения. Так, мать может добавить: "Если ты разрешишь брату поиграть с твоим телефоном, то он, может быть, даст тебе свой грузовик".

Структура речевой коммуникации.

Мы уже убедились в том, что в межличностной коммуникации происходит нечто большее, чем просто передача и восприятие слов. Даже точное значение слов возникает из единого комплекса речевых и невербальных средств, которые используются для усиления и подтверждения слов, и даже для насмешки над своими словами и придания им противоположного смысла. В то же время слова, взятые сами по себе, все же являются основным компонентом коммуникации.

Вербальное общение является наиболее исследованной разновидностью человеческой коммуникации. Кроме этого, это наиболее универсальный способ передачи мысли. На вербальный человеческий язык можно ‘перевести’ сообщение, созданное с помощью любой другой знаковой системы. Например, сигнал красный свет переводится как ‘проезд закрыт’, ‘остановитесь’; поднятый вверх палец, прикрытый ладонью другой руки, как ‘прошу дополнительную минуту перерыва’ в спортивных состязаниях и т.п.

Речевая сторона коммуникации имеет сложную многоярусную структуру (от дифференциального признака фонемы до текста и интертекста) и выступает в различных стилистических разновидностях (различные стили и жанры, разговорный и литературный язык, диалекты и социолекты и т.п.). Все речевые характеристики и другие компоненты коммуникативного акта способствуют его (успешной либо неуспешной) реализации. Говоря с другими, мы выбираем из обширного инвентаря (в современной лингвистике иногда говорят: поля) возможных средств речевой и неречевой коммуникации те средства, которые нам кажутся наиболее подходящими для выражения наших мыслей в данной ситуации. Это – социально значимый выбор. Процесс этот и бесконечен, и бесконечно многообразен.

Поэт О.Э.Мандельштам писал: “Я слово позабыл, что я хотел сказать: слепая ласточка в чертог теней вернется...”. Сколько таких ласточек не долетают до цели, и сколько не могут покинуть своего гнезда в ‘чертоге теней’ – столько неточных высказываний и невысказанных мыслей тянутся за нами в жизни и общении.

Система, обеспечивающая речевую коммуникацию – человеческий язык – изучается языкознанием. Не имея возможности изложить теорию языка в рамках пособия по коммуникации, рекомендуем обратиться к учебникам по лингвистике. Считается, что существует два ‘классических’ учебника: учебник А.А.Реформатского и учебник Ю.С.Маслова. Помимо собственно языкознания, речевое общение изучается в смежных науках: социальной лингвистике и психолингвистике, а также в самой психологии.

Остановимся на самых общих коммуникативных характеристиках речи. С точки зрения теории коммуникации, речь включается в единый коммуникативный акт и проявляет следующие свойства:

речь является частью коммуникативной культуры и культуры вообще,

речь способствует формированию общественной роли (social identity) коммуниканта,

с помощью речи осуществляется взаимное общественное признание коммуникантов,

в речевой коммуникации создаются социальные значения.

В речевой коммуникации мы еще раз убеждаемся, что слова не являются просто знаками для обозначения предметов или классов предметов. Говоря, используя слова в коммуникации, мы создаем целые системы идей, верований, мифов, свойственных определенному сообществу, определенной культуре (примеры: establishment, авось, партия) это особенно хорошо видно при попытке перевести высказывания с этими словами. Иногда иностранцу приходится читать целую лекцию о межкультурных соответствиях, прежде чем он начнет правильно понимать и употреблять даже кажущиеся схожими слова и стоящие за ними понятия. Даже вполне переводимые лексемы имеют разную культурную, и следовательно, коммуникативную ценность (хлеб, деньги). Внутри одной культуры также можно увидеть различия в употреблении слов (однозначный).

То, как мы говорим, дает представление другому коммуниканту, о том, кем мы являемся. Можно переформулировать известную поговорку: Скажи мне, и я скажу, кто ты. Это в особенности очевидно, когда коммуникант исполняет определенную социальную роль (капитан команды, руководитель предприятия, директор школы – вспомните фильм “Чучело”: и мимика, и внешний вид, и интонация приветствия соответствуют статусу директора и представлению об этой роли). Даже временный выход из роли (например, в политической сфере: президент, играющий в теннис или сидящий за партой, беседующий по душам простым языком с народом) значим на фоне основного набора ролей для той или иной коммуникативной личности. Паралингвистические средства здесь также значимы, как видно даже из метафоры снисходительный тон. Известно, что Н.С.Хрущев в свое время снизошел (спустился всего на одну ступеньку) к Мао Цзе-Дуну, что ознаменовало начало эпохи охлаждения в отношениях между Китаем и СССР. В августе 1991 довольно фривольная беседа с первым и последним президентом СССР А.Боровика сопровождалась похлопыванием по плечу Горбачева журналистом. Нарушение статусных ролей происходит одновременно в вербальной и невербальной сферах и является знаковым: само нарушение несет новую информацию.

Используя речь, мы можем признавать социальный статус собеседника, либо не признавать его. Мы обращаемся Ваше величество к действующему монарху: Ваше величество, но после революции сторонники прежней монархической власти продолжают употреблять словесный знак статуса собеседника, подчеркивая свою верность ему и противодействуя этими словами изменившейся реальности. Статусная функция речи видна и в обращении к старшему по званию в армии: Yes, sir! говорят даже при обращении к женщине-военному. Сравните разную статусность слов: Привет! и Здравствуйте! Статус воспитывается: разговор с детьми (сюсюканье или ‘как со взрослым’) способствует формированию тех или иных черт у развивающейся личности.

Выбор словесных средств, также как и сопровождающих их невербальных, способствует формированию и пониманию определенных социальных ситуаций. Комплимент женщине не всегда действительно говорит о том, что она хорошо выглядит. Этот ‘коммуникативный ход’, скорее, устанавливает различные социальные статусы коммуникантов. Разговоры в женской и мужской компании ведутся с разным набором допустимых лексических единиц; в смешанной компании также не допускается употребление грубой или ругательной лексики, хотя последнее в наше время справедливо только для определенной возрастной и социокультурной группы.

Успешность коммуникации и коммуникативные навыки

Поведение коммуникантов в процессе общения преследует определенные цели (см. Лекцию Для достижения коммуникативных целей мы пользуемся определенными приемами, которые (в зависимости от уровня рассмотрения) называют коммуникативными стратегиями, коммуникативными тактиками и коммуникативными навыками.

Коммуникативной целью будем называть (вслед за Е.В.Клюевым) стратегический результат, на который направлен коммуникативный акт. Объявить импичмент, подать на развод, взять на себя обязательства по послепродажному обслуживанию – это ключевые речевые составляющие коммуникативного поведения в данной ситуации, реализующие ту или иную коммуникативную интенцию, то есть, намерение индивида-коммуниканта (или корпоративного коммуниканта, представляющегося как индивид) осуществить то или иное действие через коммуникативный акт или с его помощью.

Коммуникативные цели и интенции осуществляются не в вакууме, а в среде интенций и целей других коммуникантов, поэтому между словом и делом всегда – пропасть. Например, осуществить деприватизацию – интенция левых радикалов – наверняка встретит сопротивление противоположной интенции других участников социального коммуникативного процесса, социальной коммуникативной среды.

В коммуникативной среде в определенный период устанавливаются регламентированные обществом коммуникативные конвенции. Так, наивысшую степень регламентации коммуникативных конвенций мы наблюдаем в законодательных собраниях ряда стран (этапы прохождения законопроектов), сравните это с митингом, где решения принимаются ‘с голоса’ (термин Государственной думы, показывающий коммуникативную некомпетентность и недоразвитость российской демократии).

Судебная или научная речь – еще один пример конвенций, различающийся и между национальными коммуникативными культурами. Так, в США судебно-юридический дискурс является частью часть общей и даже массовой культуры. Вспомните, какое огромное количество художественных фильмов посвящено судебным разбирательствам. В России же человек признается виновным на момент обвинения: Нет дыма без огня. Таким образом, за доказательство принимаются слова, а не дела – явный случай семиотического идеализма и коммуникативной некомпетентности. Получается, что мифологическая ‘справедливость’ приводит к безнаказанным обыскам и задержаниям на улицах совершенно невинных людей. Но эти случаи доказывают и то, что слово на самом деле является делом, речедействием.

Коммуникативная стратегия – это часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения определенной коммуникативной цели, как пишет Е.В.Клюев, “стратегический результат, на который направлен коммуникативный акт”. Стратегия – общая рамка, канва поведения, которая может включать и отступления от цели в отдельных шагах. Продавцов, в частности, учат стратегии продажи товара через коммуникацию с покупателем. Иногда продавец может высказаться плохо о том или ином товаре. Но при этом он неявно рекламирует другой имеющийся товар! Продавец (в особенности уличный распространитель) может использовать невербальные приемы (предложение вместе посмотреть брошюру с иллюстрациями – проникновение в личное пространство потенциального покупателя). Мы каждый день используем определенную стратегию приветствия для разных людей и для разных целей коммуникации с этими людьми. Многие стратегии ритуализируются, превращаются в речевые конвенции и теряют ‘рематичность’, информативность. Нарушение конвенций, напротив, может рассматриваться как ‘сообщение’ Если вы часто опаздываете, и оправдываете свое опоздание, например, плохой работой транспорта, то вам перестают верить. Когда же это на самом деле происходит, то вашей правде не верят. В этом случае можно даже придумать парадоксальный принцип: соври, чтобы поверили. Аналогии в политике напрашиваются сами собой: нельзя повторять один и тот же аргумент или лозунг: он теряет информативность и степень доверия к нему также падает: Слова ветшают, как платье.

Коммуникативная тактика, в противовес стратегии, как общей канве коммуникативного поведения, рассматривается как совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия. Коммуникативная тактика – более мелкий масштаб рассмотрения коммуникативного процесса, по сравнению с коммуникативной стратегией. Она соотносится не с коммуникативной целью, а с набором отдельных коммуникативных намерений.

Коммуникативное намерение (задача) – тактический ход, являющийся практическим средством движения к соответствующей коммуникативной цели. Вспомните предыдущий пример с ‘временной откровенностью’ перед покупателем. Такая же ‘временная откровенность’ содержится в риторических фигурах политиков, признающихся: “Мы не ангелы, мы простые люди”, хотя коммуникативной целью является убедить избирателя именно почти в ‘божественной’ исключительности потенциального избранника. Для этого могут использоваться также невербальные элементы коммуникации (простая одежда, президент в домашней обстановке и свитере и другие приемы имиджмейкерства). Намерение и цель здесь разные, но в конечном итоге, в рамках стратегии намерение способствует осуществлению общей цели.

Коммуникативный опыт имеет непосредственное отношение к формированию коммуникативной личности. Значения слов хранятся как память о прошлых контекстах и результатах их употреблений – так и коммуникативный опыт понимается как совокупность представлений об успешных и неуспешных коммуникативных тактиках, ведущих или не ведущих к реализации соответствующих коммуникативных стратегий.

Успешность и неуспешность интертекстуальна, она включается в контекст сегодняшнего дня. Так, на заре развития капитализма реклама типа Наш ассортимент еще шире (реальный пример их воронежской газеты Ва-Банк) могла быть успешной, сейчас это неуспешный тактический ход, который даже может разрушить всю рекламную стратегию торговой компании, подорвав ее авторитет как источника информации. Недаром один из учебников по PR называется Farewell to Hype (Прощай, гипербола). В первые предвыборные рекламные кампании в посткоммунистической России популистские лозунги находили ‘сбыт’. Сейчас подобный подход кажется все менее и менее эффективным.

Социально-историческая изменчивость успешности коммуникативных стратегий подтверждает еще раз необходимость постоянной исследовательской работы в области теории и технологии коммуникации. Анализ коммуникативного поведения, в зависимости от его задач, может включать различные аспекты и параметры. В книге Г.Г. Почепцова, например, анализируется коммуникативное поведение политических лидеров и при этом проводится психологический анализ (мотивы, представления, познавательный стиль, темперамент и межличностные характеристики), мотивационный анализ (стремление к достижению результатов, установление близких отношений, получение и осуществление власти, корреляция мотивов с поведением), когнитивный и операционный анализ (система и структура взглядов, модель реальности, и более конкретное ее воплощение в предпочтениях и действиях коммуникативной личности, нарративный анализ (здесь в модель вводится время и понятие последовательности коммуникативных действий; коммуникация рассматривается как текстовое событие, как ‘сказка’ со своими героями и злодеями, этот метод ведет начало от известного исследователя структуры сказок В.Я. Проппа и сейчас очень популярен при анализе телевизионных и радионовостей), бинарный контент-анализ (анализ высказываний, дискурса по принципу +/–), ролевой анализ (роли политических деятелей, например, по Берну: киндер-сюрприз, мальчики в розовых штанишках).

Специалист по ПР должен владеть основными представлениями и основными понятиями различных видов анализа коммуникативного поведения индивида. Комплексный, многофакторный анализ в наибольшей степени полно позволяет ‘разложить по полочкам’ континуум коммуникативной деятельности. Реальность такова, что параметры и факторы, учитываемые в разных видах анализа действуют одновременно или параллельно, или последовательно, но в любом случае нерасчлененно. Задача исследователя увидеть в этом конгломерате отдельные причины и факторы в соответствии с известными ему методами. В конкретной же ситуации от специалиста по коммуникации может потребоваться даже создание новых подходов и методов анализа.

Специалист, работающий в той или иной сфере общественной коммуникации, должен обладать определенными коммуникативными навыками, то есть, он должен

уметь эффективно формировать коммуникативную стратегию;

уметь эффективно пользоваться разнообразными тактическими приемами коммуникации;

уметь эффективно представлять себя (или свою компанию) как участника коммуникативного процесса.

Под эффективностью здесь подразумевается соотнесение вербальных и невербальных приемов с целями и задачами коммуникации, коммуникативной интенцией и перспективой, системная спаянность элементов коммуникативной стратегии, практическая целесообразность отдельных тактических ходов.

НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Межличностное пространство. Взгляд. Язык поз и жестов.

Невербальное общение, более известное как язык поз и жестов, включает в себя все формы самовыражения человека, которые не опираются на слова. Психологи считают, что чтение невербальных сигналов является важнейшим условием эффективного общения. Почему же невербальные сигналы так важны в общении?

• около 70% информации человек воспринимает именно по зрительному (визуальному) каналу;

• невербальные сигналы позволяют понять истинные чувства и мысли собеседника;

• наше отношение к собеседнику нередко формируется под влиянием первого впечатления, а оно, в свою очередь, является результатом воздействия невербальных факторов – походки, выражения лица, взгляда, манеры держаться, стиля одежды и т.д.

Особенно ценны невербальные сигналы потому, что они спонтанны, бессознательны и, в отличие от слов, всегда искренни.

Огромное значение невербальных сигналов в деловом общении подтверждается экспериментальными исследованиями, которые гласят, что слова (которым мы придаем такое большое значение) раскрывают лишь 7% смысла, звуки, 38% значения несут звуки и интонации и 55 % - позы и жесты.

Невербальное общение включает в себя пять подсистем:

1. Пространственная подсистема (межличностное пространство).

2. Взгляд.

3. Оптико-кинетическая подсистема, которая включает в себя:

- внешний вид собеседника,

- мимика (выражение лица),

- пантомимика (позы и жесты).

4. Паралингвистическая или околоречевая подсистема, включающая:

- вокальные качества голоса,

- его диапазон,

- тональность,

- тембр.

5. Экстралингвистическая или внеречевая подсистема, к которой относятся:

- темп речи,

- паузы,

- смех и т.д.

Мы будем изучать три подсистемы, имеющие наибольшее значение, несущие максимум информации о собеседнике – взгляд, пространственную и оптико-кинетическую подсистемы.

К средствам кинесики (внешние проявления человеческих чувств и эмоций) относят выражение лица, мимику, жестикуляцию, позы, визуальную коммуникацию (движение глаз, взгляды). Эти невербальные компоненты несут также большую информационную нагрузку. Наиболее показательными являются случаи, когда к помощи кинесики прибегают люди, говорящие на разных языках. Жестикуляция при этом становится единственно возможным средством общения и выполняет сугубо коммуникативную функцию.

Проксемика объединяет следующие характеристики: расстояния между коммуникантами при различных видах общения, их векторные направления. Нередко в область проксемики включают тактильную коммуникацию (прикосновения, похлопывание адресата по плечу и т. д.), которая рассматривается в рамках аспекта межсубъектного дистантного поведения.

Проксемические средства также выполняют разнообразные функции в общении. Так, например, тактильная коммуникация становится чуть ли не единственным инструментом общения для слепоглухонемых (чисто коммуникативная функция). Средства проксемики также выполняют регулирующую функцию при общении. Так, расстояния между коммуникантами во время речевого общения определяются характером их отношений (официальные / неофициальные, интимные / публичные). Кроме того, кинесические и проксемические средства могут выполнять роль метакоммуникативных маркеров отдельных фаз речевого общения (Почепцов, Г. Г. Фатическая метакоммуникация // Семантика и прагматика синтаксических единств. Калинин, 1981. 52стр). Например, снятие головного убора, рукопожатие, приветственный или прощальный поцелуй и т. п.

Т. А. ван Дейк (Ван Дейк, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989. 34ст) в качестве одного из уровней анализа высказывания выделяет Паралингвистическую деятельность и относит к ней дейктические и прочие жесты, выражение лица, движение тела и физические контакты между участниками.

В принципе, к невербальной сфере относятся силенциальные и акциональные компоненты общения. Акциональные компоненты представляют собой действия коммуникантов, сопровождающие речь. Например, в ответ на просьбу говорящего что-либо сделать (скажем, включить свет, передать газету и т. д.) адресат может выполнить требуемое действие. Таким образом, невербальные действия могут чередоваться с вербальными в процессе коммуникации. Тем не менее природа таких невербальных действий сугубо поведенческая (практическая).

Невербальными по своей сути являются компоненты и других семиотических систем (например, изображения, явления культуры, формулы этикета и т. д.), а также предметный, или ситуативный, мир . Под ним понимаются объекты, окружающие участников коммуникации, а также ситуации, в которых они заняты.

Обмен невербальной информацией.

Хотя вербальные символы (слова) — основное наше средство для кодирования идей, предназначенных к передаче, мы используем и невербальные символы для трансляции сообщений. В невербальной коммуникации используются любые символы, кроме слов. Зачастую невербальная передача происходит одновременно с вербальной и может усиливать или изменять смысл слов. Обмен взглядами, выражение лица, например, улыбки и выражения неодобрения, поднятые в недоумении брови, живой или остановившийся взгляд, взгляд с выражением одобрения или неодобрения — все это примеры невербальной коммуникации. Использование пальца как указующего перста, прикрывание рта рукой, прикосновение, вялая поза также относятся к невербальным способам передачи значения (смысла).

По мнению антрополога Эдуарда Т. Холла, лидер ООП Ясир Арафат носит темные очки, чтобы люди не могли наблюдать за его реакциями по расширению его зрачков. Ученые недавно установили, что зрачки расширяются, когда вас что-то заинтересовывает. По Холлу, о реакции зрачков в арабском мире знают уже сотни лет.

Еще одна разновидность невербальной коммуникации формируется тем, как мы произносим слова. Имеются в виду интонация, модуляция голоса, плавность речи и т.п. Как известно из опыта, то, как мы произносим слова, может существенно изменять их смысл. Вопрос: “У вас есть какие-нибудь идеи?” — на бумаге означает очевидный запрос о предложениях. Произнесенный резким авторитарным тоном с раздражением во взгляде этот же вопрос может быть истолкован следующим образом: “Если вы знаете, что для вас хорошо, а что плохо, не предлагайте никаких идей, которые противоречат моим”.

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. Это имеет принципиальное значение. Другими словами, во многих случаях то, как мы говорим, важнее слов, которые мы произносим. Подобным образом если кто-то говорит: “Хорошо... я дам поручение” — то пауза после слова “хорошо” может служить признаком того, что руководитель не хочет этого делать, сейчас слишком занят, не хочет давать поручения или не знает, что именно следует предпринять.

Вообразите сцену, которая иллюстрирует, как невербальные символы могут создавать шум в процессе обмена информацией. Вы входите в кабинет вашего руководителя, чтобы получить определенную информацию о проекте, над которым вы работаете. Вы вошли, а он несколько секунд продолжает рассматривать бумаги у себя на столе. Затем смотрит на часы и говорит отчужденным невыразительным голосом: “Чем могу быть вам полезен?”

Хотя его слова сами по себе не имеют негативного смысла, язык поз и жестов ясно указывает, что вы — нежелательное отвлечение от его работы. С каким чувством вы будете задавать вопросы? Какие мысли придут вам в голову скорее всего, когда в следующий раз у вас возникнет вопрос к руководителю? Можно думать, они никоим образом не будут позитивными. Представьте теперь, как при вашем появлении в кабинете, руководитель, напротив, сразу поднимает на вас взор, приветливо улыбается и бодрым тоном обращается к вам: “Как продвигается проект? Чем могу быть вам полезен?”

Руководитель, который использовал негативные символы языка поз и жестов, может быть, на самом деле хочет помочь подчиненным так же, как тот, чьи невербальные символы излучают тепло. Слова-то в обоих случаях произносятся одни и те же. Однако в данном случае, как часто бывает в разговорах людей, невербальные символы полностью подавляют вербальные. Важный вывод из этого примера таков: нужно добиваться, чтобы используемые вами для передачи невербальные символы соответствовали идее, которую вы намереваетесь сообщить. В противном случае невербальные символы создают такой шум, что реципиенты почти наверняка неправильно воспримут сообщение.

Как и семантические барьеры, культурные различия при обмене невербальной информацией могут создавать значительные преграды для понимания. Так, приняв от японца визитную карточку, следует сразу же прочитать ее и усвоить. Если вы положите ее в карман, вы тем самым сообщите японцу, что его считают несущественным человеком. Еще один пример культурных различий в невербальной коммуникации — склонность американцев с недоумением реагировать на “каменное выражение” лица у собеседников, в то время как улыбка не часто гостит на лицах русских и немцев.

Итак, через невербальные проявления собеседник демонстрирует свое истинное отношение к происходящему. И наша задача, в данном случае, эти проявления увидеть и интерпретировать, т.е. понять, что за ними кроется. Кроме этого, осознавая и управляя своим собственным невербальным поведением, Вы получаете в пользование очень действенный инструмент присоединения к собеседнику и воздействия на него.

Общее представление об языке телодвижений

К концу XX столетия появился новый тип ученого-социолога -специалиста в области невербалики. Как орнитолог наслаждается наблюдением за поведением птиц, так и невербалика наслаждается наблюдением за невербальными знаками и сигналами при общении людей. Он наблюдает за ними на официальных приемах, на пляже, по телевидению, на работе - повсюду, где люди взаимодействуют между собой. Он изучает поведение людей, стремясь больше узнать о поступках своих товарищей для того, чтобы тем самым больше узнать о себе и о том, как улучшить свои взаимоотношения с другими людьми. Кажется почти невероятным, что более чем за миллион лет эволюции человека невербальные аспекты коммуникации начали серьезно изучаться только с начала шестидесятых годов, а общественности стало известно об их существовании только после того, как Юлий Фаст опубликовал свою книгу в 1970 году. Эта книга обобщала исследования о невербальных аспектах коммуникации, проделанные учеными - бихевиористами до 1970 года, но даже сегодня большинство людей все еще не знают о существовании языка телодвижений, несмотря на его важность в их жизни.

Чарли Чаплин и другие актеры немого кино были родоначальниками невербальной коммуникации, для них это было единственным средством общения на экране. Каждый актер классифицировался как хороший или плохой судя по тому, как он мог использовать жесты и другие телодвижения для коммуникации. Когда стали популярными звуковые фильмы и уже меньше внимания уделялось невербальным аспектам актерского мастерства, многие актеры немого кино ушли со сцены, а на экране стали преобладать актеры с ярко выраженными вербальными способностями.

Альберт Мейерабиан установил, что передача информации происходит за счет вербальных средств (только слов) на, за счет звуковых средств (включая тон голоса, интонацию звука) на 38%, и за счет невербальных средств на 55%. Профессор Бердвислл проделал аналогичные исследования относительно доли невербальных средств в общении людей. Он установил, что в среднем человек говорит словами только в течение 10-11 минут в день, и что каждое предложение в среднем звучит не более 2,5 секунд. Как и Мейерабиан, он обнаружил, что словесное общение в беседе занимает менее 35%, а более 65% информации передается с помощью невербальных средств общения.

Большинство исследователей разделяют мнение, что словесный (вербальный) канал используется для передачи информации, в то время как невербальный канал применяется для "обсуждения" межличностных отношений, а в некоторых случаях используется вместо словесных сообщений. Например, женщина может послать мужчине убийственный взгляд, и она совершенно четко передаст ему свое отношение, даже не раскрыв при этом рта.

Восприимчивость, Интуиция и Предчувствия

Когда мы говорим, что человек чувствителен и обладает интуицией, мы имеем в виду, что он (или она) обладает способностью читать невербальные сигналы другого человека и сравнивать эти сигналы с вербальными сигналами. Другими словами, когда мы говорим, что у нас предчувствие, или что "шестое чувство" подсказывает нам, что кто-то сказал неправду, мы в действительности имеем в виду, что заметили разногласие между языком тела и сказанными этим человеком словами. Лекторы называют это чувством аудитории. Например, если слушающие сидят глубоко в креслах с опущенными подбородками и скрещенными на груди руками, у восприимчивого человека появится предчувствие, что его сообщение не имеет успеха. Он поймет, что нужно что-то изменить, чтобы заинтересовать аудиторию. А невосприимчивый человек, соответственно, не обратит на это внимания и усугубит свою ошибку.

Женщины обычно более чувствительны, чем мужчины и этим объясняется существование такого понятия, как женская интуиция. Женщины обладают врожденной способностью замечать и расшифровывать невербальные сигналы, фиксировать самые мельчайшие подробности. Поэтому мало кто из мужей может обмануть своих жен, и, соответственно, большинство женщин могут узнать тайну мужчины по его глазам, о чем он даже не подозревает.

Эта женская интуиция особенно хорошо развита у женщин, занимающихся воспитанием маленьких детей.

Врожденные, Генетические, Приобретенные и Культурно Обусловленные Сигналы.

Несмотря на то, что проделано много исследований, ведутся горячие дискуссии по поводу того, являются ли невербальные сигналы врожденными или приобретенными, передаются ли они генетически или приобретаются каким-то другим путем. Доказательства были получены через наблюдения за слепыми, глухими, и глухонемыми людьми, которые не могли бы обучиться невербалике благодаря слуховым или зрительным рецепторам. Проводились также наблюдения за жестикулярным поведением различных наций и изучалось поведение наших ближайших антропологических родственников - обезьян и макак.

Немецкий ученый Айбль - Айбесфельдт установил, что способность улыбаться глухих или слепых от рождения детей проявляется без всякого обучения или копирования, что подтверждает гипотезу о врожденных жестах. Экман, Фризен и Зорензан подтвердили некоторые высказанные Дарвином предположения о врожденных жестах, когда они изучали выражения лица у людей, представителей пяти глубоко отличных друг от друга культур. Они установили, что представители различных культур использовали одинаковые выражения лица при проявлении определенных эмоции, что позволило им заключить, что эти жесты должны быть врожденными.

Существуют также разногласия по поводу того, являются ли некоторые жесты приобретенными и культурно обусловленными или генетическими. Например, большинство мужчин надевают свое пальто, начиная с правого рукава, большинство же женщин начинают надевать пальто с левого рукава. Когда мужчина пропускает женщину на многолюдной улице, он, проходя, обычно разворачивает тело к женщине; женщина же обычно проходит, отвернувшись от него. Делает ли она это инстинктивно, защищая грудь? Является ли это врожденным жестом женщины, или она научилась этому неосознанно, наблюдая за другими женщинами?

Большинство жестов невербального поведения являются приобретенными, и значение многих движений и жестов культурно обусловлено. Рассмотрим эти аспекты "языка тела".

Психологи давно установили, что существующий “язык тела” выражает то, что мы не хотим или не можем сказать. Он гораздо более правдив и искренен, чем все те слова, которые мы говорим друг другу. Врачи-психологи долго изучали этот феномен и пришли к ряду интереснейших выводов. Оказывается, что человек подсознательно доверяет больше не словам, а тому, как они были сказаны. Было установлено, что степень доверия человека словам составляет всего лишь 20%, тогда как степень доверия к невербальному общению (позе, жестам, взаиморасположению собеседников) – 30%. Но больше всего, как ни странно, мы доверяем интонациям собеседника и другим паралингвистическим компонентам невербального общения (темп речи, пауза, смешки и т.д.).

Если вы проникните в загадки этого удивительного “языка тела”, то без труда сможете понимать все тайные мысли вашего собеседника, сможете понять скучно ли ему с вами, лжет он вам или говорит правду.

Качество присутствия и элементы невербального общения

Всем нам из собственного опыта известно, что в критические моменты жизни простое присутствие другого человеческого существа может быть чрезвычайно благотворным. Люди часто обращаются за психологической помощью именно в такие критические периоды, стремясь обрести в лице свидетеля их личной драмы того, кто обеспечит им поддержку и понимание.

Каждый из нас в той или иной степени чувствителен к проявлениям внимания или невнимания со стороны других людей. Восприимчивость к невербальным проявлениям отношения к нам другого человека отражает базисную человеческую потребность в межличностных отношениях. Чувствительность к невербальным проявлениям предъявляет консультантам требование уделять особое внимание способам “бытия с” клиентом, которые показывают их способность к установлению контакта. Ведь невербальное поведение и те сообщения, которые консультант передаёт посредством него, могут влиять на клиента как позитивным, так и негативным образом. Невербальные проявления могут способствовать доверию, открытости клиента и исследованию важнейших измерений его проблемы, но могут также приводить к недоверию и даже сопротивлению усилиям консультанта.

В данном реферате я хотела бы рассмотреть компоненты качества присутствия, которое можно определить как степень невербального выражения вовлечённости консультанта в контакт с клиентом в ситуации здесь и теперь.

Демонстрация качества присутствия консультантом служит основой установления контакта с клиентом в течение первой встречи и поддержания контакта на протяжении всего процесса психологического консультирования.

Качество присутствия включает в себя как физическое, так и психологическое присутствие в их единстве. Конгруэнтность здесь крайне желательна, однако не стоит забывать, что демонстрация присутствия - это процесс, который требует времени и специальных усилий. В этом процессе произвольное, пусть и неконгруэнтное выражение физического присутствия позволяет настроиться на одну волну с клиентом и приводит к увеличению степени психологического присутствия и аутентичности.

Теперь давайте перейдём к рассмотрению отдельных элементов невербального общения и тех сообщений, которые они могут передавать.

Позиция и дистанция

Расположение лицом к лицу - это наиболее часто практикуемая, хотя и не единственная возможность расположения консультанта и клиента друг к другу. Позиция лицом к лицу, которая задаётся расположением кресел консультанта и клиента в пространстве кабинета - это приглашение к диалогу. “Я расположен к вам, я с вами прямо сейчас” - вот то послание, которое консультант стремится передать клиенту. Такая позиция свидетельствует о готовности консультанта к контакту, сообщает о его вовлечённости в беседу и приглашает клиента к открытому самопредъявлению. Однако иногда готовность консультанта к прямой встрече воспринимается клиентом как угроза. Эта проблема может быть разрешена, если изменить положение кресел и увеличить дистанции между консультантом и клиентом. Располагая кресла под некоторым углом и изменяя дистанцию, можно регулировать степень открытости и участия в контакте. Изначальное расположение кресел под определённым углом и на определённой дистанции задаёт последующие возможности регуляции контактной границы обоими участниками, поэтому обычно кресла ставят на расстоянии 1.5 - 2 метра под небольшим углом.

В разговоре труднее с теми, кто откидывается назад или разваливается в кресле. Наклон консультанта вперед передаёт сообщение “Я с тобой, мне интересен ты и то, что ты хочешь сказать”. А отклонение назад часто сообщает - “Я не совсем с тобой” или “Мне скучно”. Наклон вперёд может переживаться клиентом, погруженным в болезненные чувства, как поддержка со стороны консультанта, и, наоборот, отклонение назад - как отстранение и нежелание иметь дело с его чувствами. Слишком быстрый, внезапный наклон сокращает дистанцию между консультантом и клиентом, что может нарушить контакт и восприниматься как вызов. Так, например, консультант может сказать: “Итак, я выслушал ваши жалобы, а теперь я хотел бы узнать, в чём вы видите причины всех этих трудностей?”, при этом, как бы нависая над клиентом, резко наклониться вперед. Такое невербальное поведение может придать нежелательный смысл вполне уместному вопросу консультанта. И наоборот, если консультант резко отклонится назад после данной фразы, клиент может воспринять это как нежелание слушать его жалобы и пренебрежение к объяснениям их причин.

Хороший консультант с уважением относится к психологическим границам другого человеческого существа, он внимателен к расстоянию, комфортному для клиента, и использует реакции клиента в качестве обратной связи относительно оптимальной физической дистанции и психологической близости.

Открытая поза

Серьёзно упрощая положение дел, традиционно выделяют открытую и закрытую позы. Открытая поза свидетельствует об открытости консультанта и его восприимчивости к тому, что скажет клиент. Закрытая же поза, явными маркерами которой считаются скрещивания ног или рук, свидетельствует о меньшей вовлечённости в беседу.

Консультанту полезно периодически спрашивать себя: “В какой степени моя поза передает клиенту мою открытость и доступность?” Идеальным вариантом здесь можно считать ситуацию, когда принятие открытой позы является для консультанта естественным, аутентичным поведением. Типичным же является выбор между открытой, но при этом в той или иной степени неудобной, неестественной позой и комфортной, закрытой позой. В такой ситуации нужно как минимум отслеживать перипетии смен открытых и закрытых поз и использовать результаты наблюдения как информацию об особенностях вашего взаимодействия с клиентом. Это возможно, если периодически задаваться вопросом: “Что именно в поведении, реакциях клиента вызывает у меня желание сменить позу?” В ситуации же выбора, например, когда консультант непреклонно сохраняет открытую позу, но при этом всё его внимание сосредотачивается на злости на себя и клиента, пожалуй, лучше занять закрытую, но естественную позу и сконцентрироваться на природе взаимодействия и скрытых в вашей позе посланиях.

Открытая поза не предполагает, что заняв её, консультант отсидит в ней весь сеанс без изменений. Открытая поза только тогда произведёт должное впечатление, когда она будет не напряженной и естественной. Невербальная естественность включает в себя свободное и спокойное использование вашего тела в качестве средства коммуникации. Активная жестикуляция часто отражает положительные эмоции и воспринимается как проявления заинтересованности и дружелюбия, а плавная смена поз и естественное использование жестов свидетельствует о спокойствии консультанта и включенности в контакт и порой напоминает танец.

Выражение лица

Выражение лица является важнейшим источником информации о человеке, особенно о его чувствах. Именно мимические реакции собеседника свидетельствуют о его эмоциональном отклике, служат в качестве средства регуляции процесса коммуникации. Кроме того, лицевая экспрессия является для клиента непосредственной информацией не только об испытываемых консультантом чувствах, но и о его способности сохранять над ними контроль.

Коротко коснёмся некоторых проявлений лицевой экспрессии и тех сообщений, которые они могут с собою нести. Наиболее заметным проявлением мимики является улыбка, которая, не будучи чрезмерно используемой, является хорошим позитивным стимулом. “Улыбка, как правило, выражает дружелюбие, однако чрезмерная улыбчивость зачастую отражает потребность в одобрении... Натянутая улыбка в неприятной ситуации выдаёт чувства извинения и беспокойства... Улыбка, сопровождаемая приподнятыми бровями, выражает готовность подчиняться, а улыбка с опущенными бровями выражает превосходство” (Евсикова. Н.И. 1999)

Сдвинутые брови сами по себе обычно передают неодобрение, однако если консультант изредка сдвигает брови, он тем самым может сообщить клиенту, что не вполне следует за содержанием его речи. Сжатые челюсти могут свидетельствовать о твердости и уверенности, а также об агрессивном настрое. Страх, восторг, или удивление могут заставить слушателя открыть рот, как будто этим чувствам не хватает места внутри. А человек с напряженными ноздрями и опущенными уголками губ мог бы сказать: “Я дышу этим воздухом и нахожусь рядом с вами, но я не одобряю ни этот воздух, ни вас”. Это лишь немногие примеры тех сообщений, которые могут передаваться выражением лица в процессе взаимодействия консультанта и клиента. Отслеживание консультантом подобного рода мимических реакций, как собственных, так и клиента, рефлексия скрытых в них смыслов, могут существенно обогатить процесс терапевтической коммуникации.

Визуальный контакт

Глаза - это, как известно, зеркало души, поэтому визуальный контакт можно выделить в качестве отдельного специфического умения. Прямой визуальный контакт - это еще один способ сказать: “Я с тобой, я хочу услышать то, что ты хочешь сказать”. Как писал Станиславский. К.С. “взгляд - это прямое, непосредственное общение в чистом виде, из души - в душу” (цит. по Лабунской. В.А. 1999). Однако оптимальный вариант на мой взгляд, состоит в том, чтобы поддерживать визуальный контакт, но вместе с тем периодически позволять себе отвлекаться и смотреть на другие объекты, не задерживаясь надолго на них. То есть, визуальный контакт не нарушается, если время от времени вы отводите взгляд. Но если слишком часто отводить взгляд, клиент может воспринять это как нерасположение к нему, а также свидетельствовать о вашем дискомфорте, вызванном уровнем близости в ваших отношениях или личными проблемами, связанными с интимностью. Существует разница между открытым прямым взглядом и его крайностью - пристальным взглядом. Пристальный взгляд производит впечатление активного участия в контакте, на самом же деле зачастую он свидетельствует о “мёртвом контакте”. Пристальный взгляд, как будто человек хочет что-то разглядеть в глазах собеседника, может свидетельствовать также о специфической потребности в отзеркаливании, характерной для клиента с нарциссическим типом личности.

Визуальный контакт - это также средство взаимной регуляции процесса беседы. Всем нам из опыта повседневного общения известно, что визуальный контакт легко поддерживается при обсуждении приятной темы, однако собеседники обычно избегают его, когда речь заходит о запутанных или неприятных вопросах. Если говорящий то смотрит в глаза, то отводит взгляд в сторону, это обычно значит, что он ещё не закончил говорить. По завершении высказывания говорящий, как правило, прямо смотрит в глаза собеседнику, как бы предлагая тому вступить в разговор.

Некоторым людям трудно вступать в прямой визуальный контакт, и поэтому они избегают его, некоторые боятся выражения какой-то идеи или эмоции и обсуждения определённых тем и отводят глаза, как только “на горизонте” появляется что-то подобное. Если у консультанта есть проблемы с визуальным контактом, если он избегает его, переводит взгляд с объекта на объект, или не сводит глаз с клиента это озадачивает клиента и вызывает напряженность.

Следя за тем, как складывается контакт между вами и клиентом, помните, что визуальный контакт - это процесс взаимодействия двух личностей. Если те или иные проблемы с визуальным контактом возникают не со всеми, а лишь с каким-либо одним клиентом, то тогда имеет смысл рассматривать их как потенциальный источник информации о клиенте. Так, например, если клиент избегает прямого взгляда, отводит глаза и изредка бросает на психолога взгляд исподлобья, то причиной этого может быть, например, пережитый в детстве опыт унижения, когда значимый для него человек ругал его и при этом требовал, чтобы он смотрел ему в глаза.

Кивки головой

Кивки головой - очень хороший способ показать клиенту, что вы его слушаете. Наблюдая за работой профессионалов, убеждаешься в том, насколько терапевтичным оказывается простое кивание головой, в сочетании с хорошим визуальным контактом и реакциями типа “Угу” и “Я понимаю”. Пожалуй, не превзойдённым мастером в этом “простом” деле был Карл Роджерс. К сожалению, на собственным опыте убеждаешься в том, насколько это сложно. Кивки головой являются для клиента непосредственным подтверждением того, что вы следуете за ним, шаг за шагом понимая сказанное. Это простейшее умение, если его последовательно использовать, начинает выполнять функцию обратной связи. Отсутствие кивков сообщает клиенту о недостатке понимания и необходимости прояснения, а их появление - о том, что смысл, который пытается выразить клиент, ухвачен. В заключение хочется заметить, что кивки головой как ничто другое требуют меры, так как при их чрезмерном использовании они скорее раздражают и сбивают с толку, чем способствуют диалогу.

Тон, темп и громкость голоса

Голос является важным средством выражения целого диапазона субъективных чувств и смыслов. Тон и темп речи может многое сказать о эмоциональном состоянии человека. Как правило, скорость речи возрастает, когда говорящий взволнован, возбуждён или обеспокоен. Быстро также говорит тот, кто пытается убедить своего собеседника. Медленная же речь часто свидетельствует об угнетённом состоянии, высокомерии или усталости.

То, насколько громко произносятся отдельные слова, может служить индикатором силы чувств. Та или иная фраза, в зависимости от интонации, может приобретать различный смысл. Так можно говорить уверенным и ноющим, принимающим и извиняющимся, ликующим и пренебрежительным тоном. Зачастую люди реагируют именно на интонацию, а не слова. Реакция клиента на то, что говорит консультант, во многом связана с тем, каким тоном с ним говорят. Поэтому консультанту нужно постоянно стремиться расширять диапазон интонационной выразительности и точно, без двойных посланий, выражать главное послание. Тон голоса должен быть не просто доброжелательным, он должен соответствовать тому, что говорится. С клиентом не стоит говорить слишком громко. Приглушенный голос в большей мере способствуют возникновению у собеседника ощущения доверительности.

Одним из проявлений голоса является смех. Смех может звучать мягко и с металлическими нотками, искренне и деланно. В некоторых ситуациях смех - это лучший способ снять напряжённость или избежать погружения в болезненные чувства. Смех и юмор в целом имеют большой положительный потенциал в консультативной практике, и его наличие в умеренных дозах - это признак хорошей атмосферы, однако слишком частые весёлые сессии требуют исследования. Кроме того, не стоит забывать, что такие слова как “высмеивать” и “насмехаться” отражают негативный аспект смеха. Очень важно, чтобы клиент не воспринимал ваши шутки как высмеивание его качеств, поэтому нужно крайне осторожно использовать шутки, в которых мишенью является клиент.

Паузы и молчание

Умение выдерживать паузу является одним из важнейших профессиональных навыков консультанта. Соблюдая паузу, консультант предоставляет возможность говорить клиенту, стимулирует диалог. Наличие пауз создаёт в беседе ощущение неторопливости, продуманности происходящего, поэтому не следует слишком спешить задавать вопросы или комментировать то, что говорит клиент. Пауза даёт возможность добавить что-то к уже сказанному, поправить, уточнить сообщение. Пауза подчёркивает значительность того, что сказано, необходимость осмыслить и понять это. Молчание консультанта акцентирует предоставленную клиенту возможность говорить и, поэтому, когда консультант заговорит в свою очередь, есть основания ожидать, что его будут внимательно слушать.

Время паузы воспринимается в беседе по-особому. Минутная пауза может восприниматься как вечность. Следует помнить, что чрезмерная пауза вызывает тревогу и провоцирует агрессию. Допустимая длительность паузы зависит от стадии консультирования и состояния клиента. Фактически, консультанту следует выдерживать некоторую паузу практически после любого высказывания клиента, кроме тех интеракций, которые содержат непосредственный вопрос. На первой встрече вряд ли стоит затягивать паузу более чем на 20 секунд. В последующем нормальная пауза обычно не превышает 30-40 секунд. А в длительном курсе психологического консультирования пауза может длиться минуты.

Многим начинающим консультантам молчание представляется чем-то угрожающим, фокусирующим на них всё внимание, демонстрируя их профессиональную слабость. Именно так начинающие консультанты описывают периоды молчания. В результате появляется желание сказать хоть что-нибудь - лишь бы прервать молчание. Обычно в таких случаях консультант задаёт не самый лучший вопрос, который приводит к минимальному отклику клиента. В такой ситуации ответ клиента не столь уж важен, так как и вопрос не был продуман. Консультант может даже не слушать ответ. Такая ситуация возникает всякий раз, когда консультант придерживается мнения, что он несёт ответственность за рассказывание клиента. Как будто говорение является единственным свидетельством того, что клиент работает, а молчание - есть лишь бесполезная трата времени.

На клиентов молчание зачастую оказывает сходное влияние. Они также чувствуют требование говорить и испытывают потребность отвечать, заполняя пустоты в беседе. В связи с этим между консультантом и клиентом может возникнуть тайный договор о заполнении пустот бесполезной болтовнёй клиента. Осознав это, консультант может исправить ситуацию, предложив клиенту при очередной паузе помолчать и сосредоточиться на внутренних переживаниях. Тем самым молчание обретает другой смысл. Сосредоточение на внутреннем опыте (ощущениях, чувствах, образах, фантазиях) требует времени и пауза в данной ситуации является адекватной реакцией консультанта.

Еще одной причиной молчания может быть желание обоих участников остановиться на некоторое время, чтобы осмыслить, суммировать ранее произошедшее, подумать о следствиях. Кроме того, клиент часто нуждается в паузе после периодов самовыражения или вслед за достигнутым инсайтом, чтобы усвоить полученный опыт, интегрировать его в существующую систему внутренних представлений. Для некоторых клиентов такие периоды интегрирующего молчания являются ранее не испытываемым опытом человеческого взаимодействия, прерывание которого было бы серьёзной ошибкой.

Молчание может иметь самые разные значения. Так, например, молчание может свидетельствовать о стремлении скрываться, уединяться и защищаться от других людей. Клиент может использовать молчание, чтобы передать консультанту сообщение: “Я приближаюсь к страшащей меня теме и нуждаюсь в поддержке” или “Я независим и не нуждаюсь в вашем понимании”. Консультант, в свою очередь, посредством молчания может передавать следующие послания: “Я хочу, чтобы мы двигались немного медленнее”, или “Я хочу, чтобы вы больше подумали о только что сказанном”, или “В данный момент я очень внимателен к вашим чувствам”.

Хорошие консультанты часто используют молчание как лучшую технику для особых ситуаций. Это вовсе не значит, что при этом они не активны. Наиболее полезным средством для сосредоточения внимания на текущем моменте является молчаливое фокусирование с целью услышать эхо - эхо внутреннего отклика как клиента, так и консультанта. Молчание также может быть использовано как средство усиления происходящего, например, усиления определённых защитных механизмов и паттернов поведения, чтобы затем, когда они станут более выраженными, сделать их очевидными для клиента. Также можно говорить о молчаливой заботе. Такое молчание имеет место, когда нет подходящих слов для отклика на переживания клиента, например, на чувства, связанные с болезненным опытом утраты. В такой ситуации переживание и выражение чувств важнее всего. В данном случае молчание, прежде всего, передаёт сострадание.

Вышеперечисленные элементы невербальной коммуникации являются очень важными составляющими человеческого общения, постижение которого может стать “царской дорогой” к внутренней жизни клиента, а также в ваш собственный внутренний мир. Невербальные проявления более спонтанны, чем вербальные, и их труднее контролировать. Для консультанта важно уметь “читать” как невербальное поведение клиента, так и собственные невербальные проявления. Отслеживание невербальных проявлений в ходе беседы позволяет их исследовать и выявлять скрытое в них значение. Так, например, если по мере того, как клиент говорит, вы чувствуете возрастание скованности и напряжения в теле, вы можете спросить себя: “ Что вызвало мою тревогу?... Какое невербальное послание я передаю сейчас клиенту?” Ваши скрытые сообщения могут быть очень важной информацией о ваших отношениях, поэтому поиск ответов на вопрос - “Что именно вы неосознанно хотели сообщить клиенту, и почему эти сообщения не могут быть выражены вами открыто?” является важной составляющей профессиональной рефлексии. Чем раньше консультант осознает собственную невербальную реакцию, тем больше у него времени для её понимания и возможности для сохранения контроля над ней. Так например, если клиент сказал или сделал что-то, что вызвало у вас враждебность, следует попытаться контролировать внешнее выражение агрессии и некоторое время порефлексировать о произошедшем. Стремление понять источники вашей агрессии и размышление о том, уместно ли её проявлять, позволяет в некоторой степени отстраниться от эмоции, а значит, и удержаться от её выражения. В обращении с внутренними реакциями консультант сталкивается с противоречивыми требованиями: быть открытым к собственным чувствам и вместе с тем воздерживаться от их внешнего выражения. Это трудная, но заслуживающая усилий задача.

Помимо того, что невербальное поведение само по себе является каналом коммуникации, через невербальные проявления (мимику, жесты, телесные движения и т.д) консультант может осознанно или неосознанно дополнять и модифицировать своё вербальное сообщение. Кнап выделил следующие виды невербальных проявлений:

(1) Подтверждение и повторение. Невербальное поведение может подтверждать и повторять то, что было сказано словами. Например, если в ответ на выражение клиентом болезненных чувств, связанных с воспоминанием ситуации из прошлого, консультант медленно кивая головой, с сопереживающим выражением лица говорит: “Я понимаю, как тяжело вам было в тот момент”, то он невербально подтверждает сообщение сочувствия и понимания.

(2) Отрицание или запутывание. Невербальное поведение может отрицать или запутывать вербальное сообщение. Если консультант в ответ на обращённый к нему вопрос клиента “Кажется, я задел вас своей критикой?” дрожащим голосом отвечает, что он не расстроен и при этом отводит взгляд, избегая визуального контакта, то его невербальное послание отрицает сказанное им. Примером запутывания можно считать ситуацию, когда человек говорит, что он злится на кого-то, но при этом улыбается. В таком случае невербальная реакция запутывает другого. Улыбка в данной ситуации может означать “Я зол на тебя, но опасаюсь, что ты от меня отдалишься” или “Я зол, но мне очень некомфортно говорить об этом”.

(3) Усиление и акцентирование. Невербальное поведение может усиливать и акцентировать сказанное, то есть увеличивать интенсивность сказанного и придавать ему ту или иную эмоциональную окраску. Например, если консультант предлагает клиенту обсудить какой-то вопрос с женой, он может ответить: “Я не могу даже представить себе этого”, закрывая при этом глаза руками. Или, например, если консультант отказывает в совете клиенту, пытающемуся в очередной раз переложить ответственность на его плечи, и при этом пристально смотрит на него хмурым взглядом, то он даёт понять клиенту, что он решительно настроен, сердит и готов к конфронтации.

(4) Контроль и регуляция. Невербальные послания часто используются для регуляции и контроля над тем, что происходит в процессе взаимодействия, для контроля над поведением другого. Например, нахмуренные брови одного из участников беседы могут служить для говорящего сообщением о том, что его мысль не вполне понятна, что он нуждается в пояснении. И, наоборот, кивки консультанта свидетельствуют о последовательном понимании речи клиента. Таким образом, осуществляется регуляция темпа рассказа. А посредством отклонения тела консультант может сообщить клиенту о нежелании углубляться в какую-то тему, например в связи с тем, что он не знает, как реагировать и уровень тревоги становится слишком высоким.

В заключение хочется заметить, что все эти, способствующие высокому качеству присутствия специфические умения, несмотря на их очевидную простоту, требуют достаточно большого времени для их практического освоения. И хотя профессиональный тренинг навыков невербального общения может дать хороший результат, постоянная демонстрация, с помощью выше приведённых умений, внимательности, заботы и чувствительности, то есть вовлечённости в контакт с клиентом - это весьма сложная задача, которая может быть решена только тогда, когда они станут расширением человеческих качеств консультанта, реализацией его личных ценностей, а не только составляющими технологии психологической помощи.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЩЕНИЯ

Определение общения.

Общение – сложный процесс взаимодействия между людьми, заключающийся в обмене информацией, а также в восприятии и понимании партнерами друг друга. Субъектами общения являются живые существа, люди. В принципе общение характерно для любых живых существ, но лишь на уровне человека процесс общения становиться осознанным, связанным вербальными и невербальными актами. Человек, передающий информацию, называется коммуникатором, получающий ее – реципиентом.

В общении можно выделить ряд аспектов[[1]](#footnote-1): содержание, цель и средства. Рассмотрим их подробнее.

Содержание общения – информация, которая в межиндивидуальных контактах передается от одного живого существа другому. Это могут быть сведения о внутреннем (эмоциональном и т.д.) состоянии субъекта, об обстановке во внешней среде. Наиболее разнообразно содержание информации в том случае, если субъектами общения являются люди.

Цель общения – отвечает на вопрос «Ради чего существо вступает в акт общения?». Здесь имеет место тот же принцип, что уже упоминался в пункте о содержании общения. У животных цели общения не выходят обычно за рамки актуальных для них биологических потребностей. У человека же эти цели могут быть весьма и весьма разнообразными я являть собой средства удовлетворения социальных, культурных, творческих, познавательных, эстетических и многих других потребностей.

Средства общения – способы кодирования, передачи, переработки и расшифровки информации, которая передается в процессе общения от одного существа к другому. Кодирование информации – это способ ее передачи. Информация между людьми может передаваться с помощью органов чувств, речи и других знаковых систем, письменности, технических средств записи и хранения информации.

Типы и виды общения

В психолого-педагогической литературе используются понятия «типы» и «виды» общения как определенные разновидности этого феномена. При этом у ученых, к сожалению, нет единого подхода к тому, что считать типом, а что видом общения.

Б.Т.Парыгин под типами общения понимает различия в общении по его характеру, т.е. по специфике психического состояния и настроения участников коммуникативного акта. По мнению ученого, типологические разновидности общения носят парный и одновременно альтернативный характер:

деловое и игровое общение;

безлично-ролевое и межличностное общение;

духовное и утилитарное общение;

традиционное и инновационное общение.

Видовые различия общения обусловлены их предметной направленностью. В этой связи правомерно говорить об особенностях и специфике политического, религиозного, экономического общения.

Например, предметом политического общения выступает сфера политики, взаимодействие политических партий и их лидеров с представителями различных партий и общественных объединений при решении тех или иных политических вопросов.

При таком подходе, очевидно, что педагогическое общение представляет собой один из видов общения. Предметом такого общения является сфера образования, в которой осуществляется взаимодействие учителей и воспитателей со своими коллегами, учениками и их родителями вокруг вопросов, связанных с обучением и воспитанием учащихся.

Несколько иного взгляда на описание разновидностей общения придерживается А.А,Леонтьев. Автор утверждает, что в исследовании общения неправомерно принимать за простейшую «клеточку» анализа «чистое» межличностное общение в диаде, поскольку каждый человек представляет собой совокупность (ансамбль) общественных отношений. Поэтому автор исходит из того, что общение – это процессы, осуществляющиеся внутри определенной социальной общности – группы, коллектива, общества в целом, процессы, по своей сущности не межиндивидуальные, а социальные. Они возникают в силу общественной потребности, общественной необходимости и реализуют общественные отношения. На основе этого автор выделяет три вида общения: социально-ориентированное общение, групповое предметно-ориентированное общение и личностно-ориентированное общение.

Примером социально-ориентированного общения могут служить лекция, оклад, телевизионное выступление, где лектор или докладчик выступает как представитель общества и решает со своей аудиторией конкретные социальные задачи. Например, рассматривает экологические проблемы конкретного города или региона.

Групповое предметно-ориентированное общение также нацелено на решение социальных задач – организацию коллективного взаимодействия в процессе совместной деятельности. Это общение членов конкретного коллектива другс другом или с представителями другого коллектива. В центре такого общения – проблемы, стоящие перед коллективом, совместная деятельность его представителей.

Личностно-ориентированное общение, представляющее взаимодействие одного человека с другим, далеко не однородно. Это может быть еловое общение партнеров, обслуживающее конкретную совместную деятельность (например, подготовку к экзамену, соревнованию или концерту). Но это может быть также общение, в центре которого находится не какая-либо деятельность, личностные проблемы общающихся, например, выяснение отношений между друзьями или объяснение в любви между юношей и девушкой.

Говоря о видах общения, многие исследователи выделяют деловое и личностное общение. Эти термины довольно часто встречаются как в педагогической литературе, так и в обиходе.

Деловое общение (его также называют ролевым или функционально-ролевым общением) направлено на организацию какой-либо совместной деятельности, того или иного дела. В центре такого общения – интересы дела, функциональные обязанности партнеров, вклад каждого из них в достижение результата, а личностные особенности партнеров: их симпатии или антипатии, чувства, настроение, психическое или физическое состояние как бы отодвигаются на задний план.

В центре личностного (или межличностного) общения , напротив, находятся психологические, физиологические, нравственные и иные личные проблемы партнеров: их интересы , склонности, настроение, отношения с окружающими, самочувствие и т.п. Деловые проблемы в таком общении не столь значимы для партнеров, дело может подождать, его можно завершить и после решения личных вопросов.

В педагогическом процессе деловое и личностное общение довольно тесно переплетаются и неотрывны друг от друга. Учитель не только обращает внимание на то, выполняет или нет ученик задания учителя, какими способами он получил правильный ответ. От взгляда опытного педагога не скроется физическое или психическое состояние ученика, его радостное или подавленное настроение, наличие внутренней тревоги, озабоченности чем-либо.

Личность как субъект общения

Свойства личности

По­ня­тие лич­но­сти, так же как и по­ня­тие ин­ди­ви­да, вы­ра­жа­ет це­ло­ст­ность субъ­ек­та жиз­ни. Но лич­ность пред­став­ля­ет со­бой це­ло­ст­ное об­ра­зо­ва­ние осо­бо­го ро­да. Лич­ность не есть це­ло­ст­ность, обу­слов­лен­ная ге­но­ти­пи­че­ски: лич­но­стью не ро­дят­ся, лич­но­стью ста­но­вят­ся.

Лич­ность есть от­но­си­тель­но позд­ний про­дукт об­ще­ст­вен­но-ис­то­ри­че­ско­го и он­то­ге­не­ти­че­ско­го раз­ви­тия че­ло­ве­ка.

Фор­ми­ро­ва­ние лич­но­сти есть про­цесс, пря­мо не сов­па­даю­щий с про­цес­сом при­жиз­нен­но­го из­ме­не­ния при­род­ных свойств ин­ди­ви­да в хо­де его при­спо­соб­ле­ния к внеш­ней сре­де. Че­ло­век как при­род­ное су­ще­ст­во есть ин­ди­вид, об­ла­даю­щий той или иной фи­зи­че­ской кон­сти­ту­ци­ей, ти­пом нерв­ной сис­те­мы, тем­пе­ра­мен­том, ди­на­ми­че­ски­ми си­ла­ми био­ло­ги­че­ских по­треб­но­стей и мно­ги­ми дру­ги­ми чер­та­ми, ко­то­рые в хо­де он­то­ге­не­ти­че­ско­го раз­ви­тия мно­го­об­раз­но ме­ня­ют­ся. Од­на­ко, не из­ме­не­ния этих вро­ж­ден­ных свойств че­ло­ве­ка по­ро­ж­да­ют его лич­ность.

Лич­ность есть спе­ци­аль­ное че­ло­ве­че­ское об­ра­зо­ва­ние, ко­то­рое так же не мо­жет быть вы­ве­де­но из его при­спо­со­би­тель­ной дея­тель­но­сти, как не мо­гут быть вы­ве­де­ны из нее его соз­на­ние или его че­ло­ве­че­ские по­треб­но­сти. Как и соз­на­ние че­ло­ве­ка, так и его по­треб­но­сти, лич­ность че­ло­ве­ка то­же «про­из­во­дит­ся» — соз­да­ет­ся об­ще­ст­вен­ны­ми от­но­ше­ния­ми, в ко­то­рые ин­ди­вид всту­па­ет в сво­ей дея­тель­но­сти. То, что при этом ме­ня­ют­ся и не­ко­то­рые его осо­бен­но­сти как ин­ди­ви­да, со­став­ля­ет не при­чи­ну, а след­ст­вие фор­ми­ро­ва­ния его лич­но­сти.

Другими словами: осо­бен­но­сти, ха­рак­те­ри­зую­щие од­но един­ст­во (ин­ди­ви­да), не про­сто пе­ре­хо­дят в осо­бен­но­сти дру­го­го един­ст­ва, дру­го­го об­ра­зо­ва­ния (лич­но­сти), так что пер­вые унич­то­жа­ют­ся; они со­хра­ня­ют­ся, но имен­но как осо­бен­но­сти ин­ди­ви­да. Так, осо­бен­но­сти выс­шей нерв­ной дея­тель­но­сти ин­ди­ви­да не ста­но­вят­ся осо­бен­но­стя­ми его лич­но­сти и не оп­ре­де­ля­ют ее. Хо­тя функ­цио­ни­ро­ва­ние нерв­ной сис­те­мы со­став­ля­ет, ко­неч­но, не­об­хо­ди­мую пред­по­сыл­ку раз­ви­тия лич­но­сти, но ее тип во­все не яв­ля­ет­ся тем «ске­ле­том», на ко­то­ром она «над­страи­ва­ет­ся». Си­ла или сла­бость нерв­ных про­цес­сов, урав­но­ве­шен­ность их и т. д. про­яв­ля­ют се­бя лишь на уров­не ме­ха­низ­мов, по­сред­ст­вом ко­то­рых реа­ли­зу­ет­ся сис­те­ма от­но­ше­ний ин­ди­ви­да с ми­ром. Это и оп­ре­де­ля­ет не­од­но­знач­ность их ро­ли в фор­ми­ро­ва­нии лич­но­сти.

Лич­ность как ин­ди­вид есть про­дукт ин­те­гра­ции про­цес­сов, осу­ще­ст­в­ляю­щих жиз­нен­ные от­но­ше­ния субъ­ек­та. Су­ще­ст­ву­ет, од­на­ко, фун­да­мен­таль­ное от­ли­чие лич­но­сти. Оно оп­ре­де­ля­ет­ся при­ро­дой са­мих по­ро­ж­даю­щих его от­но­ше­ний это спе­ци­фи­че­ские для че­ло­ве­ка об­ще­ст­вен­ныеот­но­ше­ния, в ко­то­рые он всту­па­ет в сво­ей пред­мет­ной дея­тель­но­сти. Как мы уже ви­де­ли, при всем мно­го­об­ра­зии ее ви­дов и форм, все они ха­рак­те­ри­зу­ют­ся общ­но­стью сво­его внут­рен­не­го строе­ния и пред­по­ла­га­ют соз­на­тель­ное их ре­гу­ли­ро­ва­ние, то есть на­ли­чие соз­на­ния, а на из­вест­ных эта­пах раз­ви­тия так­же и са­мо­соз­на­ния субъ­ек­та.

Изу­че­ние про­цес­са объ­е­ди­не­ния дея­тель­но­сти субъ­ек­та, в ре­зуль­та­те ко­то­ро­го фор­ми­ру­ет­ся его лич­ность, пред­став­ля­ет со­бой ка­пи­таль­ную за­да­чу пси­хо­ло­ги­че­ско­го ис­сле­до­ва­ния.

Общение – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности, включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека.*[[2]](#footnote-2)1*

*Следовательно, основное назначение этого процесса заключается в том, чтобы люди контактировали, искали и находили точки соприкосновения друг с другом, взаимодействовали между собой в процессе совместной деятельности, что бы они обменивались информацией и стремились к пониманию друг друга. Поэтому психологи условно выделяют в общении три стороны: коммуникативную, интерактивную и перцептивную.*

*Теперь рассмотрим отдельно каждую из сторон общения, определяя какие свойства личности помогают, а какие мешают взаимодействовать с другими людьми.*

Коммуникативная сторона общения.

Коммуникация – процесс обмена информации.

В процессе обмена информации важно, чтобы каждый участник коммуникации правильно понимал свою роль. Другими словами, коммуникатор должен четко излагать необходимую для передачи информацию, а реципиент должен внимательно слушать, воспринимая все сказанное партнером по общению, и только после усвоения всего материала, он может не согласиться с услышанным, сопоставить со своей точкой зрения и т.д.

Мы видим, что для успешного процесса коммуникации человек должен обладать определенным рядом свойств, основными из которых являются: коммуникабельность и коммуникативность. Поскольку необщительному человеку будет трудно осуществлять процесс обмена информацией, так как ее необходимо передавать не просто как сообщение, которыми обмениваются компьютеры определенными порциями в виде электронно-магнитных сигналов. В процессе коммуникации человек должен учитывать индивидуальные особенности партнера, стараться подать информацию в той форме, которая максимально заинтересует собеседника, подчеркнуть те моменты, на которых следует заострить внимание и попытаться более подробно объяснить то, что не совсем понятно.

К свойствам личности, необходимым в процессе общения, можно отнести способность слушать, внушать, уважать партнера по общению (ведь человека, которого уважаешь всегда выслушиваешь с большей внимательностью, чем того, кто не заслуживает внимания), опытность, образованность и др.

К качествам личности, которые напротив создают помехи коммуникации, относятся вспыльчивость, нетерпеливость, слишком развитая самоуверенность и высокомерие по отношению к собеседнику (поскольку у человека с такими качествами уже изначально «притуплено» внимание к партнеру по общению, а значит и к получаемой от него информации) и др.

Перцептивная сторона общения

Перцептивная сторона общения включает в себя процесс восприятия и понимания другого человека, формирования его образа.

Впечатление, которое возникает при восприятии человека, играет важную роль в общении. На основе восприятия человека человеком формируется представление не только о внешнем облике, но также о намерениях, мыслях, способностях, эмоциях, установках партнера по общению.

Теперь попытаемся определить, какие свойства человека будут способствовать пониманию и восприятию других людей. На мой взгляд, одним из наиболее необходимых для этого качеств является умение слушать собеседника. Поскольку, если человек не может выслушать партнера, он никогда не сможет его понять. Для успешного общения человек так же должен обладать следующими качествами: терпеливостью, воспитанностью, уважением к партнеру по общению, способностью не полностью доверять первому впечатлению, умением отождествлять себя с собеседником, сопереживать и т.д. Так же я считаю, что для того, чтобы понять других людей, человек должен осознать, что у каждого есть свое мнение, своя точка зрения, которые могут полностью не совпадать с утверждениями личности. Если человек не может принять наличия у других несовпадающих с его мнениями утверждений, то он начинает резко критиковать людей, пытается доказать и навязать свою точку зрения, что создает большой барьер в общении между людьми, поскольку у человека, который поделился своими мыслями и не получил никакого понимания, а только критику, возникает чувство нежелания общаться с данным индивидом.

По моему мнению, для восприятия и понимания человека человеком очень важно умение читать невербальные сигналы, так как это позволяет увидеть внутренний мир человека, его реакцию на происходящие события, людей, поскольку эти проявления не контролируются человеком.

К свойствам создающим барьер в перцептивном общении можно отнести неумение слушать, надменность и высокомерие, нетерпеливость и нервозность, вспыльчивость, лицемерие, чрезмерная самоуверенность, навязчивость и т.д.

Интерактивная сторона общения

Интерактивная сторона общения представляет собой взаимодействие (и воздействие) людей друг с другом в процессе межличностных отношений. Действие является одним из главных компонентов общения.

Интерактивная сторона общения проявляется не только через обмен информацией, но и через усилия людей по организации совместных действий, позволяющих партнерам организовывать какую-либо совместную деятельность.

К свойствам, которыми должна обладать личность для успешного интерактивного общения, я бы отнесла организаторские способности, пунктуальность, дисциплинированность, самоорганизованность, умение внушать и манипулировать людьми (в разумных пределах), коммуникативность и когнетивность, самостоятельность, надежность и др.

К качествам личности создающим помехи для интерактивного общения можно отнести свойства противоположные перечисленным, а так же замкнутость, безынициативность, безответственность, неопытность в конкретной области и др.

Формирование и свойства личности.

Лич­но­ст­ныесвой­ст­ва ин­ди­ви­да- свой­ст­ва, ха­рак­те­ри­зую­щие его как лич­ность.

В ка­че­ст­ве соб­ст­вен­но лич­но­ст­ных свойств из все­го мно­го­об­ра­зия свойств че­ло­ве­ка обыч­но вы­де­ля­ют­ся те, ко­то­рые обу­слов­ли­ва­ют об­ще­ст­вен­но зна­чи­мое по­ве­де­ние или дея­тель­ность че­ло­ве­ка. Ос­нов­ное ме­сто в них, по­это­му за­ни­ма­ют сис­те­ма мо­ти­вов и за­дач, ко­то­рые ста­вит се­бе че­ло­век, свой­ст­ва его ха­рак­те­ра, обу­слов­ли­ваю­щие по­ступ­ки лю­дей (т. е. те их дей­ст­вия, ко­то­рые реа­ли­зу­ют или вы­ра­жа­ют от­но­ше­ния че­ло­ве­ка к дру­гим лю­дям) и спо­соб­но­сти че­ло­ве­ка (т. е. свой­ст­ва, де­лаю­щие его при­год­ным к ис­то­ри­че­ски сло­жив­шим­ся фор­мам об­ще­ст­вен­но по­лез­ной дея­тель­но­сти).

Из пред­став­ле­ния о лич­но­сти, за­клю­чен­но­го в пер­во­на­чаль­ном зна­че­нии это­го сло­ва и ука­зы­ваю­ще­го на роль, ко­то­рую ак­тер иг­ра­ет в пье­се (а в даль­ней­шем и на ту ре­аль­ную роль, ко­то­рую че­ло­век иг­ра­ет в жиз­ни), долж­на быть все же удер­жа­на од­на су­ще­ст­вен­ная чер­та. Она за­клю­ча­ет­ся в том, что лич­ность оп­ре­де­ля­ет­ся свои­ми от­но­ше­ния­ми к ок­ру­жаю­ще­му ми­ру, к об­ще­ст­вен­но­му ок­ру­же­нию, к дру­гим лю­дям. Эти от­но­ше­ния реа­ли­зу­ют­ся в дея­тель­но­сти лю­дей, в той ре­аль­ной дея­тель­но­сти, по­сред­ст­вом ко­то­рой лю­ди по­зна­ют мир (при­ро­ду и об­ще­ст­во) и из­ме­ня­ют его. Ни­как нель­зя во­все обо­со­бить лич­ность от той ре­аль­ной ро­ли, ко­то­рую она иг­ра­ет в жиз­ни. Зна­чи­тель­ность лич­но­сти оп­ре­де­ля­ет­ся не толь­ко са­ми­ми по се­бе свой­ст­ва­ми, но и зна­чи­тель­но­стью тех об­ще­ст­вен­но-ис­то­ри­че­ских сил, но­си­те­лем ко­то­рых она вы­сту­па­ет.

Лич­ность фор­ми­ру­ет­ся во взаи­мо­дей­ст­вии, в ко­то­рое че­ло­век всту­па­ет с ок­ру­жаю­щим ми­ром. Во взаи­мо­дей­ст­вии с ми­ром, в осу­ще­ст­в­ляе­мой им дея­тель­но­сти че­ло­век не толь­ко про­яв­ля­ет­ся, но и фор­ми­ру­ет­ся. По­это­му-то та­кое фун­да­мен­таль­ное зна­че­ние для пси­хо­ло­гии при­об­ре­та­ет дея­тель­ность че­ло­ве­ка. Че­ло­ве­че­ская лич­ность, т. е. объ­ек­тив­ная ре­аль­ность, ко­то­рая обо­зна­ча­ет­ся по­ня­ти­ем лич­ность, — это ре­аль­ный ин­ди­вид, жи­вой, дей­ст­вую­щий че­ло­век.

В ка­че­ст­ве лич­но­сти че­ло­век вы­сту­па­ет как еди­ни­ца в сис­те­ме об­ще­ст­вен­ных от­но­ше­ний, как ре­аль­ный но­си­тель этих от­но­ше­ний. В этом за­клю­ча­ет­ся по­ло­жи­тель­ное яд­ро той точ­ки зре­нии, ко­то­рая ут­вер­жда­ет, что по­ня­тиелич­но­сти есть об­ще­ст­вен­ная, а не пси­хо­ло­ги­че­ская ка­те­го­рия. Это не ис­клю­ча­ет, од­на­ко, то­го, что са­ма лич­ность как ре­аль­ность, как ку­сок дей­ст­ви­тель­но­сти, об­ла­дая мно­го­об­раз­ны­ми свой­ст­ва­ми — и при­род­ны­ми, а не толь­ко об­ще­ст­вен­ны­ми, — яв­ля­ет­ся пред­ме­том изу­че­ния раз­ных на­ук, ка­ж­дая из ко­то­рых изу­ча­ет ее в сво­их спе­ци­фи­че­ских для нее свя­зях и от­но­ше­ни­ях. В чис­ло этих на­ук не­об­хо­ди­мо вхо­дит пси­хо­ло­гия, по­то­му что нет лич­но­сти без пси­хи­ки, бо­лее то­го — без соз­на­ния.

Че­ло­век есть ин­ди­ви­ду­аль­ность в си­лу на­ли­чия у не­го осо­бен­ных, еди­нич­ных, не­по­вто­ри­мых свойств; че­ло­век есть лич­ность в си­лу то­го, что он соз­на­тель­но оп­ре­де­ля­ет свое от­но­ше­ние к ок­ру­жаю­ще­му. Че­ло­век есть лич­ность, по­сколь­ку у не­го свое ли­цо. Че­ло­век есть в мак­си­маль­ной ме­ре лич­ность, ко­гда в нем ми­ни­мум ней­траль­но­сти, без­раз­ли­чия, рав­но­ду­шия, мак­си­мум «пар­тий­но­сти» по от­но­ше­нию ко все­му об­ще­ст­вен­но зна­чи­мо­му. По­это­му для че­ло­ве­ка как лич­но­стита­кое фун­да­мен­таль­ное зна­че­ние име­ет соз­на­ниене толь­ко как зна­ние, но и как от­но­ше­ние. Без соз­на­ния, без спо­соб­но­сти соз­на­тель­но за­нять оп­ре­де­лен­ную по­зи­цию нет лич­но­сти.

По­ло­же­ние о про­те­ка­нии пси­хи­че­ских про­цес­сов на раз­ных уров­нях име­ет фун­да­мен­таль­ное зна­че­ние для по­ни­ма­ния пси­хо­ло­ги­че­ско­го строе­ния са­мой лич­но­сти. В ча­ст­но­сти, во­прос о лич­но­сти как пси­хо­ло­ги­че­ском субъ­ек­те не­по­сред­ст­вен­но свя­зан с со­от­но­ше­ни­ем не­про­из­воль­ных и так на­зы­вае­мых про­из­воль­ных про­цес­сов. Субъ­ект в спе­ци­фи­че­ском смыс­ле сло­ва — это субъ­ект соз­на­тель­ной, «про­из­воль­ной» дея­тель­но­сти. Яд­ро его со­став­ля­ют осоз­нан­ные по­бу­ж­де­ния — мо­ти­вы соз­на­тель­ных дей­ст­вий. Вся­кая лич­ность есть субъ­ект в смыс­ле Я, од­на­ко по­ня­тие лич­но­сти и при­ме­ни­тель­но к пси­хо­ло­гии не мо­жет быть све­де­но к по­ня­тию субъ­ек­та в этом уз­ком спе­ци­фи­че­ском смыс­ле. Пси­хи­че­ское содержание че­ло­ве­че­ской лич­но­сти не ис­чер­пы­ва­ет­ся мо­ти­ва­ми соз­на­тель­ной дея­тель­но­сти; оно вклю­ча­ет в се­бя так­же мно­го­об­ра­зие не­осоз­нан­ных тен­ден­ций — по­бу­ж­де­ний его не­про­из­воль­ной дея­тель­но­сти. Я — как субъ­ект — это об­ра­зо­ва­ние, не­от­де­ли­мое от мно­го­пла­но­вой со­во­куп­но­сти тен­ден­ций, со­став­ляю­щих в це­лом пси­хо­ло­ги­че­ский склад лич­но­сти. В об­щей ха­рак­те­ри­сти­ке лич­но­сти на­до еще так­же учи­ты­вать ее «идео­ло­гию», идеи, при­ме­няе­мые че­ло­ве­ком в ка­че­ст­ве прин­ци­пов, на ос­но­ве ко­то­рых им про­из­во­дит­ся оцен­ка сво­их и чу­жих по­ступ­ков, оп­ре­де­ляе­мых те­ми или ины­ми по­бу­ж­де­ния­ми, но ко­то­рые са­ми не вы­сту­па­ют как по­бу­ж­де­ния его дея­тель­но­сти.

Список использованной литературы:

1. Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. СПб.: Питер, 1997.
2. Бороздина Г.В. Психология делового общения. М.: Деловая книга, 1998. Глава 7. Имидж делового человека.
3. Клюев Е.В. Речевая коммуникация. М.: ПРИОР, 1998.
4. Кнапп М.Л./Невербальные коммуникации/1978.
5. Конецкая В.П. Социология коммуникации. М.: МУБУ, 1997. С.164 сл.
6. Лабунская.В.А/Экспрессия человека: общение и межличностное познание. “Феникс”. Ростов-на-Дону.1999.
7. Лобанов А.А. Основы профессионально-педагогического общения. – С.-Петербург, 2000;
8. Рубинштейн С. Л. Теоретические вопросы психологии и проблема личности // Психология личности. - М., 1982.

1. Немов Р.С. Психология. Книга 1: Основы общей психологии. – М., Просвещение, 1994. [↑](#footnote-ref-1)
2. 1 краткий психологический словарь/ Под ред. А.В. Петровского. [↑](#footnote-ref-2)