

А. П. ПАНФИЛОВА

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ОБЩЕНИЯ

*Допущено
Министерством образования Российской Федерации
в качестве учебного пособия для студентов
образовательных учреждений среднего
профессионального образования*

4-е издание, стереотипное



Москва
Издательский центр «Академия»
2012

УДК 301.151(075.32)

ББК 88.53я723

П167

Рецензенты:

проректор по учебной работе Института экономики и права

кандидат юридических наук, профессор *В. В. Домбровский*;

кандидат психологических наук,

директор ГОУ «Колледж предпринимательства № 11»

И. С. Павлов

Панфилова А. П.

П167 Теория и практика общения : учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования/ А. П. Панфилова. — 4-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Академия», 2012. — 288 с.

ISBN 978-5-7695-8848-8

В учебном пособии характеризуются функции и специфика межличностного и делового общения в контексте группового взаимодействия и взаимовлияния: рассмотрены вербальные и невербальные средства общения, виды слушания и техники установления обратной связи; описаны сенсорные каналы и убеждающие технологии, устные и письменные коммуникации, ролевое и конфликтное поведение, техники управления этими процессами, коммуникативная компетентность. Изложение теории сопровождается тестами, практическими заданиями и интерактивными упражнениями, нацеленными на самомаркетинг и развитие у читателя конкретных умений и навыков, необходимых для эффективной коммуникации.

Для студентов средних педагогических учебных заведений. Может быть полезно всем желающим постичь приемы, техники и механизмы конструктивного взаимодействия — учителям, воспитателям, психологам, социальным работникам.

УДК 301.151(075.32)

ББК 88.53я723

*Оригинал-макет данного издания является собственностью
Издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом
без согласия правообладателя запрещается*

© Панфилова А. П., 2007

© Образовательно-издательский центр «Академия», 2007

ISBN 978-5-7695-8848-8

© Оформление. Издательский центр «Академия», 2007

ПРЕДИСЛОВИЕ

Что представляет собой общение? Многие считают, что это исключительно передача и получение информации. Однако для того чтобы передать информацию, необходимо сначала вступить во взаимодействие. Следовательно, общение связано прежде всего с взаимоотношениями. Далее, общение — это непрерывная деятельность: любая передача информации предполагает взаимодействие и потребность убедить других в тех или иных идеях, мнениях, решениях. Кроме того, общение необходимо, чтобы добиваться практических результатов.

Современная профессиональная деятельность практически вся построена на взаимодействии для обмена информацией, т.е. на коммуникативной компетентности (беседы, переговоры, дискуссии, речи, совещания, презентации или виртуальное общение по Интернету и т.д.). Для того чтобы приобрести необходимые навыки общения, специалисты (учителя, врачи, менеджеры, банкиры, торговые представители, специалисты по связям с общественностью, диспетчеры, налоговые служащие, юристы, секретари и т.д.) вынуждены проходить специальные тренинги, участвовать в интерактивных играх, приглашать в организацию психологов и консультантов для разрешения конфликтных ситуаций. Все это весьма дорогостоящее удовольствие. Гораздо выгоднее развивать коммуникативную компетентность еще в детстве. Сегодня для этого есть практически все условия: огромное количество специалистов, психологов, людей, способных преподавать общение, — позволяющие демонстрировать любые негативные и позитивные примеры, обучать общению с помощью электронной почты; разработаны и востребованы интерактивные технологии (деловые и ролевые игры, кейсы, тренинги).

В чем же проблема? Почему на предприятиях и в офисах при взаимодействии работников преобладает деструктивная коммуникация, почему школьные педагогические коллективы раздраемы противоречиями, отчего подростки и молодежь общаются агрессивно, используя сленг, нецензурную речь и почему так много

одиноким, никем не понятым детей? Одна из причин этих явлений, имеющих, на наш взгляд, глобальный характер, — негативная коммуникативная культура, в которой живут молодые люди. Эта культура тиражируется телевидением, Интернетом, которые сегодня все более доступны детям. Кардинальные перемены в обществе вызвали ломку моральных ценностей и норм взаимодействия, и этот опыт как губка впитывают молодые люди. Социологическое исследование студентов, проведенное О.Д. Волчек в Санкт-Петербурге, показало, что телевидение негативно влияет на молодежь — навязывает отрицательные стереотипы поведения; снижает устойчивость нервной системы и психики, сказывается на самочувствии и настроении. Отрицательно действуют на молодых людей сцены насилия и неоправданной жестокости, в том числе в детских мультфильмах, в новостях и рекламе; наблюдается нагнетание паники своеобразной подачей информационного материала. Телевидение уничтожает истинные человеческие ценности, внедряя ложные, разрушает личность, зомбируя поведение.

Подростки и молодые люди, вместо того чтобы вести здоровый образ жизни, читать, заниматься спортом, часами просиживают у экранов телевизоров и мониторов компьютеров — в Интернете, что в конечном итоге снижает уровень их культуры, развращает, снимая многие табу, сводит чувство любви только к сексу и удовольствию, примитивизирует мышление и интеллект, вызывает, наконец, утрату любви к Родине и прививает стадный инстинкт.

К сожалению, и современная система образования главное внимание уделяет не столько развитию личности ребенка и его внутреннего мира, сколько развитию его интеллекта и эрудированности, освоению и переработке знаковой информации из окружающего внешнего мира. Человек в системе школьного образования формируется в основном как потребитель информации. Уровень самосознания ребенка не успевает за уровнем его интеллектуального и образовательного развития. В результате ребенок не получает опыта использования всех своих ресурсов, главный из которых — формирование своей личностной целостности и приобретение разнообразного житейского, социального опыта, пережитого и освоенного. При таком недоразвитии самосознания уже у взрослого человека формируется и закрепляется способность в процессе взаимодействия смотреть и не видеть, слушать и не слышать. Все это негативно сказывается на общении с другими людьми, порождает конфликтные ситуации.

Что можно противопоставить такому влиянию? Прежде всего систематическое обучение детей, подростков и молодых людей конструктивному общению, формирование у них коммуникативной и психологической компетентности, развитие социального

интеллекта. Представления о добре и зле, категории нравственности, объективная информация (знания) — все это необходимые составляющие процесса формирования человека, его личности. И проявляются они лишь при взаимодействии с другими людьми, в конкретной деятельности. Р. Роллан справедливо отмечал, что добро — не наука, а действие. Именно в общении представляются и закрепляются конкретные нравственные ценности, принятые в обществе.

Однако освоить все эти ценности, научиться их применять не так-то просто. Недостаточно лишь прочесть лекцию на эту тему. Следует повсеместно внедрять в учебный и досуговый процесс, а также в контекст различных обучающих программ для подростков специальные интерактивные психологические игры, тренинги и упражнения. Как отмечает немецкий психолог К. В. Фопель в книге «Барьеры, блокады и кризисы в групповой работе», основное отличие интерактивных игр от традиционных методов обучения состоит в том, что они не только обращаются к интеллекту участника, но и затрагивают личность обучаемого в целом — его мысли, чувства, знания, интерес и стремление к игре. Интерактивные имитационные игры, по свидетельству разных специалистов, позволяют организовывать интенсивное межличностное взаимодействие и осваивать не только коммуникативную компетентность, но и нравственные нормы, принципы и ценности, развивать духовные потребности, обучать сотрудничеству, партнерским взаимоотношениям, пониманию друг друга и себя самого, корректровке своего потенциала для успеха в личных и профессиональных отношениях.

Данное учебное пособие как раз и направлено на всестороннее решение описанных выше задач. Главные цели пособия:

- 1) охарактеризовать и рассмотреть основные понятия теории общения, показать значение для успешного построения межличностных и деловых контактов и эффективного взаимодействия таких составляющих конструктивного общения, как функции, модели, стили, стратегии, средства, формы и методы, техники и технологии;

- 2) расширить или развить личную психологическую и коммуникативную компетентность читателя, обогатив его специальными знаниями, умениями и навыками, ибо, как заметил И. Гете, «чего человек не понимает, тем он не владеет»;

- 3) показать несомненные преимущества использования таких умений и навыков при практическом взаимодействии;

- 4) научить осуществлять самомаркетинг для понимания собственного потенциала и рационального его использования в практической деятельности при общении с другими людьми, для самокоррекции и развития тех характеристик, которые недостаточно сформированы;

5) приобрести коммуникативный опыт в процессе непосредственного участия в интерактивных играх и упражнениях и выполнения специальных заданий (вспомним слова Б. Паскаля: «Человек, несомненно, сотворен для того, чтобы думать: в этом и главное его достоинство, и главное дело жизни. И начать ему следует с размышлений о себе самом»);

6) помочь применить усвоенные знания в реальных жизненных ситуациях, в общении с другими, повышая, таким образом, коммуникативную компетентность.

Пособие выстроено в соответствии с перечисленными целями: в каждой главе представлен теоретический материал по актуальным проблемам общения, по ходу рассмотрения темы даются практические упражнения для самостоятельной и (или) групповой работы. В конце каждой главы предложен набор тестов, выявляющих тот коммуникативный потенциал, который прописан в теории. Читатель должен ответить на все вопросы тестовых заданий и подвести итоги, которые помогут ему выявить свои достоинства и недостатки. Ответы на контрольные вопросы и задания позволяют проверить усвояемость теоретического материала главы.

Сводный анализ достижений на основе самооценки (по итогам тестирования), приобретенных знаний и ключевых умений (по итогам практического выполнения всех заданий и интерактивных упражнений) поможет читателю гибко и последовательно использовать их в реальном общении, добиваясь успехов и получая удовлетворение. Ибо, как писал Д. Дидро, «предварительное знание того, что хочешь сделать, дает смелость».

По этому принципу написаны все восемь глав. В конце книги представлен глоссарий основных терминов, использованных в пособии, приведен список основной и дополнительной литературы. Все это поможет дальнейшему закреплению полученных знаний и умений.

Лишь те действия могут быть признаны справедливыми, полезность которых подтверждается в потребностях взаимного общения людей.

Эпикур

Глава I. ОБЩЕНИЕ КАК ПРЕДМЕТ НАУЧНОГО ЗНАНИЯ

Основные цели этой главы:

- раскрыть категории и основные составляющие общения, показать его многоплановый, многофункциональный характер и востребованность;
- рассмотреть виды и уровни, модели и стили общения;
- развить практические умения, навыки самоанализа и самодиагностики читателя.

Категория «общение» в психологии

Способность общаться друг с другом — одно из величайших, если не самое главное, приобретение человека в ходе эволюции. Каждому человеку необходимо на протяжении всей жизни постоянно учиться общению, непрерывно обогащая свой коммуникативный опыт, совершенствуя свои умения и навыки, развивая коммуникативную компетентность. Понимание законов общения и владение его техниками, мощным потенциалом родного языка, умение убеждать и позитивно влиять на других людей, управлять конфликтными ситуациями приносит практическую пользу во всех областях жизни, помогает в карьере, приводит к успеху.

Общение — это социально-психологическое явление, которое вмещает в себя все богатство многообразных духовных и материальных форм жизнедеятельности человека и является его насущной потребностью. Слово «общение» происходит от латинского *communis*, означающего «общество, община, общий». Для того чтобы с кем-то обменяться информацией, необходимо прежде вступить в контакт, в общение, а затем попытаться достичь единого понимания в процессе совместной деятельности.

Общение — это процесс установления и развития контактов между людьми, включающий в себя: восприятие и понимание людьми друг друга, обмен информацией, взаимодействие.

В едином процессе общения социальные психологи (Б.Д. Парыгин, Г.М. Андреева) выделяют три стороны или функции: **коммуникативную** (передача, получение и обмен информацией); **интерактивную** (взаимодействие); **перцептивную** (восприятие и понимание или взаимопонимание). Отсюда, общение можно представить в виде своеобразной пирамиды, состоящей из нескольких граней. Каждая грань имеет самостоятельное значение и в разное время и в разных ситуациях может превалировать. Однако полноценным общение становится лишь тогда, когда проявляются все грани одновременно: обмен информацией, взаимодействие с другими людьми, понимание и познание их, а также переживание, возникающее в ходе общения. Именно психический контакт характеризует общение как двустороннюю деятельность, предполагающую не только взаимосвязь и взаимодействие для решения разных задач, но и взаимный обмен эмоциями, сопереживание, сострадание.

Общение пронизывает всю человеческую жизнь и является такой же важной потребностью, как потребность в еде, одежде, воде и т.п. Известно, что в условиях изгнания из общества, т.е. полного одиночества, у человека уже на шестой день начинаются галлюцинации. Он общается с этими несуществующими образами и, если остается в изоляции, погибает. Для человека не существует более чудовищного наказания, чем быть предоставленным в обществе самому себе и оставаться абсолютно незамеченным.

Важно также определить предметную область общения. В психологической литературе практически отсутствует четкое разделение понятий, включаемых в общение, что приводит к определенной путанице. Предметная область общения зависит от следующих значений термина «общение»:

- объединение, создание общности, целостности;
- передача сообщений, обмен вербальной и невербальной информацией;
- встречное движение, взаимопроникновение, способствующее взаимопониманию.

Такие характеристики важны как для определения предмета группового и массового общения, его содержания, так и для межличностного общения. Кроме того, понятие «общение» не только указывает на межличностный характер взаимодействия, но и относится к деятельности особого рода, в результате которой возникает психологический контакт между участниками общения. Таким образом, возникающая в результате контакта и вступления во взаимодействие между людьми своеобразная психологическая окраска отношений является важнейшей характеристикой межличностного общения.

Общение — сложный многогранный процесс, изучаемый разными науками. Социология рассматривает общение как челове-

ческие контакты, приводящие к социальным результатам и последствиям. Психология изучает вопросы межличностного взаимодействия, восприятия, взаимопроникновения людей. Лингвистика — язык и речь, слова и термины как инструмент коммуникации. Специалисты в сфере интерактивных технологий рассматривают общение как предметное содержание обучения, развитие умений и навыков с помощью игр, тренингов, упражнений. Каждая из этих наук имеет свой подход к проблеме общения, уделяет большее внимание тем или иным ее аспектам.

Любое проявление общения независимо от отдельной личности или какой-либо группы в той или иной степени связано с содержанием общественных отношений, на которые, в свою очередь, оказывают влияние социальный опыт человека, психологические и деловые особенности личности, условия, в которых протекает общение, его пространственный характер.

Для того чтобы общение было эффективным, удовлетворяющим обе стороны и соответствующим поставленным целям, людям необходимо соблюдать целый комплекс условий. К ним относятся прежде всего следование правовым, социальным, психологическим и этическим нормам и правилам, принятым в обществе и в конкретной организации, соблюдение обычаев и традиций своей страны, организации. Обычаи, как известно, формируются у каждого народа, помогая приспособиться к окружающей обстановке, многие из них закрепляются и передаются от поколения к поколению. Важным условием является владение умениями и навыками конструктивного взаимодействия, техниками и технологиями вербального и невербального контакта, которые реализуются в конкретных поступках, действиях, словах, жестах, позах, интонациях, влияющих на комфорт или дискомфорт общающихся, способствующих или мешающих их взаимопониманию. В сфере делового взаимодействия условием его эффективности является профессионализм и вежливое отношение к сотруднику, партнеру, клиенту, любому человеку. Это становится обязательной повседневной нормой культурного общения для всех его участников, нормой делового этикета.

Социальные и правовые нормы общения разрабатываются и развиваются уже в профессиональной среде (деловой этикет, например) и становятся нравственными нормами, соблюдение которых необходимо каждому, но, как показывает практика, к сожалению, не у всех они закрепляются и не всеми осваиваются. Это связано с накопленным отрицательным опытом и имеющимися негативными стереотипами поведения, сформированными в подростковом возрасте. Кроме того, коммуникативная компетентность в авторитарном обществе практически не была востребована, поэтому большинство людей остались коммуникативно неграмотными.

Коммуникативная компетентность, т.е. совокупность знаний, умений и навыков эффективного общения, — это то, чему необходимо специально обучать, используя при этом интенсивные технологии в условиях интерактивного взаимодействия. Исследования ученых по проблемам коммуникации свидетельствуют, что научение таким умениям должно начинаться уже в школе, лицее и уж тем более быть обязательным предметом в вузе, так как умение общаться является важнейшей, а иногда и профилирующей составляющей для большинства профессий в системе человеческих отношений.

Литература по проблемам общения, теоретические обучающие курсы и практические игровые занятия направлены на научение людей жить среди других, взаимодействовать с ними и достигать понимания, а также на оказание им помощи в приобретении коммуникативной компетентности, респектабельности, позитивно воспринимаемого имиджа, т.е. всего того, что позволяет взрослым людям регулировать взаимоотношения друг с другом и тем самым облегчать свою личную и профессиональную жизнь.

Подумай и выполни задание

Согласно древней мудрости, подлинное достижение духовной жизни доступно тому, кто одновременно связан дружескими узами (а не только должностными или семейными обязанностями) со многими разными людьми. В этот круг общения должны входить: родственники; ровесники; люди помоложе вас; люди значительно моложе; совсем маленькие дети; люди старше вас; люди значительно старше вас; старики и пожилые женщины.

А теперь попробуйте заполнить предложенные ряды, написав инициалы конкретных людей, с которыми вы связаны дружескими узами. Лучше, если в каждом ряду таких партнеров будет несколько.

Ровесники: _____

Люди помоложе вас: _____

Люди значительно моложе: _____

Совсем маленькие дети: _____

Люди старше вас: _____

Люди значительно старше вас: _____

Старики и пожилые люди: _____

Если останутся свободные места, то это «информация к размышлению». Ваш круг общения не полон, ищите новых друзей разных возрастных категорий для полного постижения их духовной жизни!

Многоплановый характер общения

Вступая в общение, т.е. взаимодействуя друг с другом, люди обычно преследуют конкретные цели:

- обмен или передача информации;
- формирование профессиональных умений и навыков, развитие личностных и деловых качеств;
- формирование отношения к себе, к другим людям, к обществу в целом;
- обмен деятельностью, инновационными приемами и техниками, средствами и технологиями;
- осуществление коррекции, изменение мотивации поведения;
- обмен эмоциональными состояниями и чувствами.

Все функции, которые реализуются в процессе общения, важны, но для делового взаимодействия особую ценность представляет обмен информацией между людьми. Даже мыслительные процессы, по мнению академика А. И. Берга, протекают более результативно при условии непрекращающегося информационного общения. Известно, что одним из наиболее трудных экспериментов в программе подготовки космонавтов является пребывание в термосурдокамере даже в течение сравнительно короткого времени (около шести часов). Дело здесь не только в неудовлетворенной потребности в общении, но и в тяжелом переживании человеком различных нарушений восприятия окружающего мира.

В процессе коммуникации происходит общение как минимум двух человек, взаимное информирование каждого из которых предполагает налаживание совместной деятельности, а также желательное достижение взаимопонимания. В процессе коммуникации происходит также психологическое воздействие на партнера. Для эффективности обмена информацией необходимо, чтобы оба участника общения обладали единой системой кодирования.

В практике общения между людьми зачастую возникает непонимание, порожаемое возрастными, социальными, профессиональными, психологическими и коммуникативными барьерами (от фр. *barriere* — преграда, препятствие), т.е. *взаимонепонимание* между людьми, являющееся следствием того, что одно и то же явление имеет для них разный смысл. Барьеры психологического характера возникают вследствие индивидуальных психологических особенностей общающихся или в силу сложившихся между ними психологических отношений. Коммуникативные барьеры, как правило, являются следствием коммуникативной некомпетентности. Социальные барьеры создаются из-за отсутствия единого понимания ситуации общения, вызванного глубокими различиями, существующими между партнерами.

Разная направленность, типы и виды общения позволяют выделить следующие его функции:

информационно-коммуникативная связана со всеми формами деятельности людей;

прагматическая реализуется при взаимодействии людей в процессе совместной деятельности;

формирующая проявляется в процессе развития человека и становления его как личности;

функция подтверждения состоит в том, что только в процессе общения с другими мы можем понять, познать и утвердить себя в собственных глазах. К знакам подтверждения можно отнести знакомства, приветствия, оказание знаков внимания;

организация и поддержание межличностных отношений. В ходе общения мы оцениваем людей, устанавливаем эмоциональные отношения, причем один и тот же человек в разных ситуациях может вызвать различное отношение;

внутриличностная функция общения представляет диалог с самим собой, позволяющий обдумать принимаемые решения и поступать в той или иной ситуации более обдуманно и разумно.

Подумай и выполни задание

Заведите рабочую тетрадь и опишите коммуникативные эпизоды, в которых вы сегодня в течение дня принимали участие. Затем отнесите каждый эпизод к одной из перечисленных выше функций. Каждый эпизод может выполнять несколько функций. Вы будете удивлены многообразием коммуникаций, в которых приняли участие в столь небольшой промежуток времени!

Виды и уровни общения, формальное и неформальное общение

Общение различается по формам и видам, оно весьма многообразно. Психологи выделяют общение прямое и косвенное, опосредованное и непосредственное, вербальное (речевое) и невербальное (язык тела).

Различают также общение межличностное и массовое. *Межличностное общение* связано с непосредственными контактами людей в различных группах. В межличностном общении различают двустороннюю направленность: с одной стороны, *инструментальную направленность* — на дело, на выполнение социально-значимой задачи и на результат (такое общение часто называют *формальным*, или *деловым*); с другой стороны, *личностную направленность* — на удовлетворение потребностей самих участников общения (оно чаще осуществляется в рамках *неформальных контактов*).

Межличностным характеризуют такое взаимодействие между людьми, которое отличается следующими моментами:

- в нем участвует небольшое число людей (от 2 — 3 человек);
- это непосредственное взаимодействие — его участники находятся в пространственной близости, могут соприкасаться, видеть и слышать друг друга, устанавливать обратную связь;

– это так называемое личностно ориентированное общение, т.е. партнеры стараются войти в положение другого, учитывать его состояние и особенности.

В отличие от дружественного *деловое общение* — это вид межличностного общения, направленного на достижение какой-то предметной договоренности, профессиональных целей и задач.

Межличностные отношения сконцентрированы в основном вокруг психологических проблем, интересов и потребностей, которые касаются личности человека. Личные отношения могут быть как положительные (симпатия, дружба, любовь), так и отрицательные (неприязнь, антипатия, ненависть, вражда). Они выражают симпатии и антипатии, уважение и неуважение, доверие и недоверие к человеку, возникающие в процессе общения с ним. Эти отношения складываются между людьми вне зависимости от занимаемой должности и статуса человека в обществе. Однако они непостоянны и могут меняться как в сторону укрепления, так и в сторону разрыва или перевода межличностных отношений в сугубо деловые.

В психологии выделяют три основных типа межличностного общения: императивное, манипулятивное и диалогическое.

Императивное общение (от лат. *imperativus* — повелительный, не допускающий выбора) — это, как правило, авторитарная (силовая) форма воздействия на партнера по общению. Его основной целью является подчинение одним из партнеров другого, достижение контроля над его поведением, мыслями, а также принуждение к определенным действиям и решениям. В данном случае партнер выступает обычно как пассивная сторона, как механизм, которым следует управлять. При этом принуждение партнера не скрывается, а в качестве средств влияния используются приказы, указы, постановления, а также требования и угрозы, следствием невыполнения которых становятся наказания, публичные порицания.

Манипулятивное общение (от лат. *manipuler* — производить манипуляции и от фр. *manipulation* — манипуляция, мошенническая проделка) сходно с императивным. Его основной целью является также оказание воздействия на партнера по общению, но при этом достижение намерений осуществляется скрытно, закамouflированно. Манипуляцию, так же как императив, объединяет стремление добиться контроля над поведением и мыслями другого человека. Отличие состоит лишь в том, что при манипулятивном общении партнер по общению не информирует о своих истинных намерениях, имея, как правило, подспудную цель, и использует порой «грязные» технологии воздействия типа шантажа, угрозы, подмены ценностей, сталкивания с другими или ложных намерений, лести, укрывания фактов, вранья и пр.

При манипулятивном типе общения партнер обычно воспринимается не как целостная личность, имеющая право на уни-

кальность, а как носитель определенных, нужных манипулятору способностей, свойств и качеств, которые он и использует в своих целях. Манипулятивное отношение к другому человеку, как правило, приводит к разрушению межличностных отношений и доверительных связей.

Подумай и выполни задание

Определите, какой тип общения и какой вид барьеров описан в данном рассказе.

«Джонатан Свифт, любивший путешествовать пешком, поздно вечером добрался до какого-то маленького городка и решил устроиться на ночлег. Но в связи с ярмаркой все места в гостиницах были заняты. Наконец Свифту предложили в одном доме единственный вариант: спать в кровати вместе с прибывшим ранее фермером. Едва уставший за день путешественник прилег, как явился его сосед по ложу, который, будучи в изрядном подпитии, стал долго и нудно похвастаться своими торговыми успехами.

— А как ваши дела? — спросил затем фермер.

— Не могу похвастать, — отвечал Свифт, смертельно хотевший спать, — за эту неделю вздернул только шестерых...

— Как вздернул?! — оторопел тот. — Что же это за дела у вас такие?

— Да так, не слишком для некоторых приятные: я палач. Здесь, правда, обещают набрать десяток...

Фермер в ужасе покинул своего собеседника, и счастливый Джонатан Свифт с удовольствием растянулся на кровати».

Диалогическое общение (от гр. *dialogos* — разговор между двумя или несколькими лицами) является альтернативой императивно-му и манипулятивному типам межличностного общения. Оно основано на равноправии партнеров — участников общения и позволяет перейти от фиксированной установки на себе к установке на партнера и учету его интересов и возможностей (я говорю — ты слушаешь, и наоборот).

Деловые отношения также делятся на две группы: позитивные и негативные (конструктивные и деструктивные). К первым относятся *партнерство* и *сотрудничество*, а ко вторым — *конкуренция* и *соперничество*, а также *конфликтные взаимоотношения*. Деловые отношения более постоянные, они обязательны для контактов, имеют предметно-целевой и функционально-ролевой характер. Деловые отношения имеют ограничения конвенционального, ситуативного, эмоционального и насильственного характера. Эти отношения часто называют формальными или официальными, так как они носят, кроме отмеченного выше, также и безличный характер и не зависят от индивидуальных и психологических состояний вступающих в них людей, могут осуществляться с помощью ролей и масок.

Массовое общение — это все множество связей и контактов незнакомых людей в обществе, в том числе и общение через средства массовой информации.

Кроме перечисленного выделяется также **межперсональное общение** — обычное общение людей, зависящее от индивидуальных особенностей каждого, и **ролевое общение**, когда участники демонстрируют цели и характеристики носителей определенных ролей, например: руководитель — подчиненный, педагог — студент и т.п. В ролевом общении человек вынужден действовать, исходя из заданной роли, порой скрывая свои собственные намерения и характеристики, и оценивают его, как правило, на основе адекватности исполняемой роли.

В процессе общения происходит взаимное обогащение людей и индивидуальное развитие, так как каждым участником взаимодействия приобретается жизненный и профессиональный опыт, усваиваются разнообразные знания, развиваются ценности и способы деятельности, происходит адаптация к этическим и психологическим нормам и правилам поведения.

Подумай и выполни задание

В течение трех дней записывайте ваши роли в различных ситуациях. Например: «Обед с коллегой или близким другом», «Встреча с менеджером по поводу подготовки к празднику», «Публичный отчет о результатах работы».

Опишите роли и образы, которые вы выбрали в зависимости от обстановки. В конце периода проанализируйте свои ощущения: в какой степени различалось ваше поведение при общении и оставалось ли оно тем же самым на протяжении всех ситуаций? какие факторы в ситуации придавали уверенность вашему поведению? насколько вы удовлетворены «личностями», которые вы демонстрировали в каждой ситуации? где вы чувствовали себя наиболее приятно, где наименее и почему?

Модели и стили общения

Помимо владения функциями общения каждому человеку для эффективного взаимодействия необходимо оперировать всем многообразием существующих моделей общения. В коммуникации выделяют информационную, убеждающую, экспрессивную, внушающую (суггестивную) и ритуальную модели общения.

Информационная модель общения. Она обычно применяется для передачи и получения информации, ее анализа, интерпретации и комментирования. Передаваемая информация расширяет информационный фонд участников общения, сообщает инновационные сведения, разъясняет обстоятельства сложившейся ситуации,

предоставляет конкретные факты и цифры, позволяющие получить новые знания или принять эффективное решение.

Во время передачи информации, которая рассчитана не на одного человека, а обращена одновременно к группе людей (например: на уроке, лекции, семинаре), срабатывают общепринятые правила. Большинству участников не приходит в голову изменить ход сценария, публично перебить оратора до конца его сообщения. Поэтому выступающий должен быть уверен как в том содержании информации, которое он собирается озвучивать, так и в той форме, в которой он это собирается делать; необходимо также продумать — захотят ли собравшиеся его слушать и будут ли способны адекватно воспринимать сообщение.

Для достижения информационных целей обычно используют доклад, сообщение, лекцию или урок, беседу, консультацию, а также письменные работы: рефераты, курсовые, проектные работы, позволяющие оценить степень освоения теории вопроса, просмотр видео- и телевизионных обучающих передач, а также вопросы и ответы для обмена информацией.

Однако для того чтобы коммуникация в информационной модели общения была эффективной, необходимы следующие условия: учет познавательных возможностей конкретных собеседников, их индивидуальных установок на получение новой информации и интеллектуальных возможностей для ее переработки, понимания и восприятия.

Убеждающая модель общения. Эта модель позволяет сделать участников общения своими единомышленниками, выйти из той или иной ситуации с наибольшей продуктивностью. Однако убеждение — это сложный коммуникативный процесс, и не каждому удастся пользоваться этой моделью общения с максимальной эффективностью. Известно, что убеждение было формализовано как определенная концепция более двух тысяч лет назад греками, которые сделали риторику (от гр. *rhetorikos* — красивая, напыщенная, но малосодержательная речь) — искусство использовать речь эффективно и убедительно — частью своей системы образования. Аристотель первым ввел понятия «этос», «логос» и «пафос», которые в приблизительном переводе означают «надежность источников», «логичные доводы» и «эмоциональный призыв». Все это — необходимые составляющие убеждающей модели общения.

Убеждение — это коммуникативный процесс, в котором коммуникатор пытается вызвать изменение в убеждениях, отношении или поведении другого индивидуума или группы индивидуумов через передачу сообщения в таком контексте, где убеждаемый имеет некоторую степень свободы выбора. В литературе описаны базовые принципы, влияющие на убеждение. Среди них предпочтительны устные, позитивные сообщения, сдержанно эмоциональные обращения, логические выводы, опирающиеся на фак-

ты и веские аргументы, удовлетворение альтруистических потребностей человека, ораторское мастерство.

Наиболее трудная задача убеждения — это превратить противоположные мнения по поводу тех или иных действий, решений в совпадающие. Люди делают обобщение на основе личного опыта и того, что говорят им члены их группы. Убеждение происходит гораздо легче, если сообщение совместимо с общей позицией по отношению к тому или иному предмету, ситуации, проблеме. Самая легкая форма убеждения — это коммуникация, усиливающая благоприятные мнения и позиции. Каждому участнику общения необходимо осуществлять непрерывные усилия по поддержанию запаса доброжелательности и таким образом превентивно создавать условия для эффективной совместной деятельности.

Убеждение — это также метод воздействия на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению. Чтобы убедить в чем-либо профессиональных партнеров, коллег, чей интеллект, как правило, высоко развит, участникам общения необходимо использовать специальные коммуникативные техники. Результат убеждения считается успешным тогда, когда собеседник в состоянии самостоятельно обосновать принятое им решение или мнение, оценить положительные и отрицательные его стороны, а также возможности и последствия других вариантов и решений.

В процессе общения следует помнить, что убеждение как коммуникативная техника более убедительно и действенно в следующих ситуациях:

- в рамках одной потребности;
- при малой интенсивности эмоций;
- с интеллектуально развитым партнером.

Экспрессивная модель общения. Цель такой модели общения — сформировать у участников взаимодействия психоэмоциональный настрой, передать чувства, переживания, побудить к необходимому социальному действию, вовлечь в конкретные акции. Для использования такого вида коммуникации необходимо, например, в своем публичном выступлении (лекция, речь) использовать разнообразные не только вербальные и невербальные коммуникативные техники, но и аудио-, видео- и другие иллюстративные средства.

Вместе с тем именно на уроке или учебной лекции, на совещании или на конференции нельзя увлекаться этой моделью. Необходимо постоянно управлять эмоциональным накалом занятия, чтобы споры и высказывание разных точек зрения не переросли в неприязнь и отторжение.

Столкновение мнений, конфронтация участников взаимодействия могут привести к такому виду эмоционального спора, когда собеседников вынуждают принять чью-то субъективную точку зре-

ния в качестве истинной. В таком споре зачастую прибегают к аргументам («*ad hominem*» — к толпе, к человеку), апеллируя к эмоциям слушателя. Естественно, никаких истин в таком споре родиться не может, просто каждый активно высказывает свою версию, *субъективную точку зрения* и пытается навязать ее как самую правильную другим собеседникам.

В общении, особенно в деловом, такой спор имеет широкое распространение и зачастую оказывает негативное влияние на деловое взаимодействие. Это происходит не только в беседах или на совещаниях, но и на конференциях, переговорах, собраниях, и прежде всего потому, что можно любую версию очень долго доказывать и в конце концов доказать все что угодно. Про такой спор обычно говорят: «Споры погубили Рим». Действительно, если мнение участников по той или иной проблеме не совпадает, и собрались вместе люди, умеющие вести свою линию и владеющие приемами эристики (от гр. *eristikos* — спорящий, искусство побеждать в спорах, даже будучи неправым, по существу), то спор, как правило, перерастает в конфликт мнений.

Суггестивная модель общения. Суггестивная, т.е. внушающая, модель общения, искусство внушать, а не рассказывать, широко используется в практике взаимодействия, например на деловых совещаниях или в воспитательных беседах с людьми, нуждающимися в мотивационной коррекции. Эта модель общения используется также на презентациях, где для демонстрации тех или иных возможностей используется, наряду с рассказом о них и показом преимуществ, реклама, цель которой, помимо информационной, сформировать определенные установки, осуществить внушение.

Внушение, или суггестия (от лат. *suggestio* — внушение) — это такое психологическое воздействие одного человека (или группы) на другого, при котором оказывается определенное влияние на убеждения, установки, решения последнего. Находясь под влиянием внушения, человек действует без собственной мотивации, не может контролировать направленное на него воздействие. Психологами установлено, что если человек находится в спокойном состоянии, то при прочих равных условиях гораздо результативнее воздействовать на него убеждением, а в случае возбужденного состояния или повышенной тревожности — кратким внушением.

Поскольку для успешного взаимодействия необходимо владеть всеми моделями общения, постольку нужно знать, что разные люди обладают разной степенью внушаемости, уровнем восприимчивости к внушению, субъективной готовностью испытать внушающее воздействие и подчиниться ему.

К факторам, способствующим внушаемости, относят следующие человеческие характеристики:

- неуверенность в себе;
- тревожность, беспокойство;

- робость, низкая самооценка;
- чувство собственной неполноценности;
- повышенная эмоциональность, впечатлительность;
- слабое владение логическим анализом;
- вера в авторитеты.

Суть внушения состоит в воздействии на чувства человека, а через них на его разум и волю. Поэтому необходимо не просто владеть разными моделями общения, но и очень хорошо понимать: когда, для достижения каких целей, по отношению к кому из собеседников какую модель взаимодействия использовать. В то же время очевидно, что разнообразные модели во многих ситуациях используются одновременно. Например, при передаче важной информации могут быть использованы все перечисленные модели: информационная, убеждающая, экспрессивная, внушающая.

Ритуальная модель общения. В профессиональной деятельности к ритуальной модели общения обращаются тогда, когда необходимо: закрепить и поддержать формальные отношения в деловой среде; обеспечить регуляцию социальной психики в больших и малых группах людей; сохранить ритуальные традиции организации, связанные с ее корпоративной культурой и миссией, а также создать новые праздники и обряды (например, презентация новых образовательных услуг).

Условия организации такой коммуникации предполагают ритуальный (церемониальный) характер акций взаимодействия, художественно оформленную среду, соблюдение *конвенций* (от лат. *conventio* — договор, соглашение), праздничное или адекватное ситуации настроение, опору на национальные, территориальные и профессиональные традиции и нормы поведения и общения.

Известно, что для интеграции коллектива, для формирования приверженности к организации большое значение имеют возможности слияния формального и неформального общения. Морально-психологический климат в коллективе как раз и определяется степенью этого единства. Чем выше эта степень, тем более отвечает требованиям поставленных задач атмосфера трудового коллектива. Если в коллективе развита система неформальных отношений, корпоративные праздники, коллективные традиции, то чувства и мысли людей более естественны, свободны, исчезает скованность в общении, растет доверие и уважение друг к другу, повышаются совместимость и срабатываемость.

В качестве форм такого взаимодействия коммуникаторы обычно используют: рамочную, торжественную, траурные речи; ритуальные акты, церемонии, обряды; праздники, посвящения, чествования. Для педагогической среды весьма типичными, например, являются такие традиционные праздники, как День знаний, праздник выпускников, Татьянин день, празднование Дня учителя.

ля, а также разнообразные профессиональные праздники и презентации.

Рассмотренные модели общения не охватывают все возможности деловой коммуникации, но позволяют определить специфику взаимодействия, особенности собеседника и грамотно использовать жанр, коммуникативные средства и технологии, получить планируемый (прогнозируемый) результат.

Стили общения

Все люди различаются по стилю общения — устойчивым характеристикам общения в различных ситуациях. Стиль общения существенно определяет поведение человека при его взаимодействии с другими людьми. Конкретный выбор того или иного стиля общения определяется целым рядом факторов, среди которых важными являются следующие: цель общения, ситуация, в которой оно осуществляется, статус и личностные особенности собеседника, его мировоззрение и положение в обществе, характеристика самой формы взаимодействия.

Характер содержания взаимодействия, как уже было отмечено, зависит прежде всего от речевых средств общения, которые образуют в коммуникации существенную логико-смысловую линию. Ведущей характеристикой современного стиля общения является краткость и простота построения фразы, речевой конструкции, использование бытовой или профессиональной разговорной лексики, своеобразных речевых клише, шаблонов и штампов.

В профессиональном речевом общении используются, как правило, следующие стили коммуникативного взаимодействия: официально-деловой, научный, публицистический, бытовой (разговорный).

Официально-деловой стиль речи. Официально-деловой стиль речи обусловлен практическими требованиями жизни и профессиональной деятельности. Он обслуживает сферу правовых, управленческих, социальных отношений и реализуется как в письменной форме (деловая переписка, нормативные акты, делопроизводство и пр.), так и в устной (отчетный доклад на собрании, выступление на деловом совещании, служебный диалог, беседа, переговоры).

В официально-деловом стиле различают три подстиля:

- законодательный;
- дипломатический;
- административно-канцелярский.

Каждый из перечисленных подстилей имеет свою специфику, коммуникативные формы, речевые клише. Так, меморандум, нота, коммюнике используются в дипломатической коммуникации; расписка, справка, докладная записка, доверенность, приказ, рас-

поряжение, заявление, характеристика, выписка из протокола — в административно-канцелярском стиле; закон, статья, параграф, нормативный акт, предписание, повестка, указ, кодекс и пр. — в законодательном стиле.

Деловой стиль требует *предельной точности речи*, которая достигается прежде всего использованием терминов, как широко распространенных, так и узкоспециальных. Термины чаще всего обозначают:

- наименование документов: постановление, уведомление, запрос, договор, контракт, акт и др.;

- наименование лиц по профессии, состоянию, выполняемой функции, социальному положению: педагог, судья, менеджер по продажам, брокер, президент компании, следователь, психолог, коммерческий директор, маркетолог, бухгалтер и пр.;

- процессуальные моменты, например: осуществить экспертизу, провести допрос, выемку, аттестацию, сделать оценку или выполнить какие-то профессиональные действия (информировать, подготовить отчет, написать справку и т.п.).

Деловой стиль требует *объективности информации*. В документах недопустимо выражение субъективного мнения лица, составляющего текст, употребление эмоционально окрашенной лексики, вульгаризмов. Этот стиль характеризуется компактностью изложения, краткостью, экономным использованием языковых средств (КИЯ — коротко и ясно). Согласно данным психологических исследований, половина взрослых людей не в состоянии улавливать смысл произносимых фраз, если фраза содержит более 13 слов. Кроме того, если фраза длится без паузы более 6 секунд, нить понимания обрывается. Фраза, насчитывающая свыше 30 слов, на слух вообще не воспринимается.

Официальная сфера общения, повторяющиеся стандартные ситуации, четко ограниченный тематический круг деловой речи определяют ее *стандартизированность*, которая проявляется не только в выборе языковых средств, но и в формах документов. В них обязательны общепринятые формы изложения и определенное расположение структурно-композиционных частей: вводная часть, описательная часть, регулятивная и резюмирующая части.

В деловой речи широко используются речевые клише и речевые шаблоны, например:

- для выражения признания — приносим наши извинения за...;

- выражения просьбы — мы очень рассчитываем на вашу помощь...;

- выражения одобрения и согласия — я полностью согласен с вашим мнением...;

- завершения разговора — я полагаю, что сегодня мы обсудили все наши вопросы...