

Министерство спорта и туризма Республики Беларусь

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет физической культуры»

Спортивно-педагогический факультет массовых видов спорта  
Кафедра психологии

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ В.Г. Сивицкий

(подпись)

\_\_\_\_\_ 2019

**СОГЛАСОВАНО**

Декан факультета

\_\_\_\_\_ И.И. Гуслистова

(подпись)

\_\_\_\_\_ 2019

**ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

для специальности

1-08 80 04 «Физическая культура и спорт»

**СОСТАВИТЕЛИ:**

**С.Г.Ивашко**, профессор кафедры психологии учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры», кандидат психологических наук, доцент;

Рассмотрено и утверждено на заседании НМС университета

\_\_\_\_\_ 2020, протокол № \_\_\_\_\_

Регистрационный № \_\_\_\_\_

**Пояснительная записка к электронному учебно-методическому комплексу по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» для специальности 1-08 80 04 «Физическая культура и спорт».**

Электронный учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» разработан для магистрантов по специальности 1-08 80 04 «Физическая культура и спорт» в соответствии с учебно-программной документацией образовательных программ высшего образования второй ступени (магистратура) в рамках дисциплин государственного компонента: типовым учебным планом по специальности; рабочим планом-графиком образовательного процесса на учебный год; учебной программой учреждения высшего образования (УВО) по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности»; индивидуальным учебным планом.

### ЦЕЛЬ ЭУМК

Целями ЭУМК по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» является формирование у магистрантов представления о продуктивных социально-коммуникативных технологиях в сфере профессиональной деятельности, развитие коммуникативной личности будущего специалиста в сфере физической культуры и спорта, освоение технологий выстраивания эффективного коммуникативного поведения в профессиональной и межличностной сферах, учитывая при этом и межкультурные особенности.

Электронный учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» создан на научно-методическом и программно-техническом уровнях, соответствующих современным информационным и коммуникационным технологиям и направлен на реализацию требований образовательных программ и образовательных стандартов высшего образования на всех этапах образовательного процесса.

В ЭУМК по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» объединены структурные элементы научно-методического обеспечения высшего образования второй ступени (магистратура) в рамках дисциплин государственного компонента, которое осуществляется в целях получения образования, повышения его качества, отражения современного уровня развития науки и основывается на результатах фундаментальных и прикладных научных исследований в сфере физической культуры, спорта, туризма и образовании.

## СТРУКТУРА ЭУМК

Структурными элементами ЭУМК являются:

- титульный лист;
- пояснительная записка;
- учебные программы по учебной дисциплине;
- теоретический раздел;
- практический раздел;
- раздел контроля знаний;
- вспомогательный раздел.

Раздел «Учебные программы по учебной дисциплине» содержит утвержденную и зарегистрированную учебную программу УВО по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» для специальности 1-08 80 04 «Физическая культура и спорт».

Теоретический раздел ЭУМК содержит материалы для теоретического изучения учебной дисциплины «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» в 1 семестр<sup>3</sup>, которые систематизируются в соответствии с учебной программой УВО второй ступени (магистратура) в рамках дисциплин государственного компонента.

Структурными элементами теоретического раздела являются тезисы лекций.

Практический раздел ЭУМК содержит тематику и планы семинарских занятий, тематику рефератов, задания управляемой самостоятельной работы.

Структурными элементами практического раздела являются:

планы семинарских занятий по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности», выполняемые в 1 семестре; тематику рефератов, перечни заданий управляемой самостоятельной работы магистрантов; методические рекомендации по выполнению управляемой самостоятельной работы студентов.

Раздел контроля знаний ЭУМК содержит материалы для итоговой аттестации, позволяющие определить соответствие результатов учебной деятельности обучающихся требованиям образовательных стандартов высшего образования и учебно-программной документации образовательных программ высшего образования второй ступени (магистратура) в рамках дисциплин государственного компонента; примерный перечень вопросов к зачёту.

Структурными элементами вспомогательного раздела являются:

список учебной литературы и информационно-аналитических материалов, рекомендуемых для изучения учебной дисциплины «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» в 1 семестре.

Министерство спорта и туризма Республики Беларусь

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет физической культуры»

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе университета

\_\_\_\_\_ Е.В.Фильгина

\_\_\_\_\_ /уч.  
Регистрационный № УД- \_\_\_\_\_ /уч.

**СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальности  
1-08 80 04 «Физическая культура и спорт»

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» составлена в соответствии с учебным планом специальности 1-08 80 04 «Физическая культура и спорт»

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

**С.Г.Ивашко**, профессор кафедры психологии учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры», кандидат психологических наук, доцент

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

**Н.А.Юрчик**, профессор кафедры лыжного и стрелкового спорта учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры», кандидат педагогических наук, доцент;

**О.К.Шульга**, доцент кафедры психологии и конфликтологии филиала федерального образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный социальный университет в г.Минске Республики Беларусь, кандидат психологических наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

кафедрой психологии учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (протокол от 16.05.2019 №11);

советом спортивно-педагогического факультета массовых видов спорта учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (протокол от 19.06.2019 № 17);

научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (протокол от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» предназначена для реализации содержания образовательных программ высшего образования второй ступени (магистратура) в рамках дисциплин государственного компонента, предусмотрена типовым учебным планом по специальности 1-08 80 04 «Физическая культура и спорт».

Учебная программа по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» разработана в соответствии со следующими нормативными правовыми актами и учебно-программной документацией:

- Кодекс Республики Беларусь об образовании от 13.01.2011 №243-З;
- типовой учебный план по специальности 1-08 80 04 Физическая культура и спорт, утвержденной 21.03.2019 (рег. № В 08-2-003/пр-тип.);
- Порядок разработки и утверждения учебных программ и программ практики для реализации содержания образовательных программ высшего образования второй ступени, утвержденный Министром образования Республики Беларусь 06.04.2015.

Учебная дисциплина «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» представляет собой систематизированное изложение теоретико-методологических и организационно-практических основ коммуникативного процесса, умений и навыков использования инструментов коммуникации в профессиональной деятельности. Она является научной базой выработки оптимальной коммуникативной политики организации, основой принятия оптимальных управленческих решений и оценки воздействия принимаемых решений на конечные результаты работы.

В системе подготовки специалиста с высшим образованием второй ступени учебная дисциплина связана с учебной дисциплиной «Педагогика и психология высшего образования».

### ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины: формирование у магистрантов представления о продуктивных социально-коммуникативных технологиях в сфере профессиональной деятельности, развитие коммуникативной личности будущего специалиста в сфере физической культуры и спорта, освоение технологий выстраивания эффективного коммуникативного поведения в профессиональной и межличностной сферах, учитывая при этом и межкультурные особенности.

Задачи учебной дисциплины:

- освоить отечественные и зарубежные методики анализа межличностных, групповых и массовых коммуникативных процессов;

- приобрести необходимые знания и навыки практического применения конкретных социально-коммуникативных технологий в профессиональной сфере, а также выстраивания эффективного коммуникативного поведения в межличностной сфере;
- освоить технологии эффективной передачи информации;
- привить магистрантам внутреннюю мотивацию к углубленному изучению данной дисциплины и чувство личной ответственности за уровень своей профессиональной подготовленности к взаимодействию с людьми;
- способствовать формированию у магистрантов нравственных качеств как обязательного условия успешного выполнения своих профессиональных обязанностей.

### ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМИРОВАНИЮ КОМПЕТЕНЦИЙ МАГИСТРАНТОВ И УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате изучения учебной дисциплины «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» формируется углубленная профессиональная компетенция:

УПК-2 Осуществлять планирование, организацию, контроль и корректировку образовательного процесса, научно-исследовательской, организационно-управленческой, спортивной, физкультурно-оздоровительной деятельности, выбирать и эффективно использовать образовательные технологии, методы и средства коммуникации

В результате изучения учебной дисциплины магистрант должен

**знать:**

- основные подходы и концепции современной теории коммуникации;
- модели и структурные компоненты социально-коммуникативных технологий;
- виды и особенности социально-коммуникативных технологий и их специфику в профессиональной деятельности;
- позитивные и негативные формы коммуникативного взаимодействия;
- параметры эффективности социально-коммуникативных технологий;

**уметь:**

- критически анализировать различные продукты массовой коммуникации;
- анализировать конкретные социально-коммуникативные технологии;
- разработать соответствующие программы по применению социально-коммуникативных технологий;

**владеть:**

- приемами эффективного установления контакта
- навыками анализа социально-коммуникативных технологий и их использования в профессиональной деятельности;

– навыками оценки конкретных ситуаций и принятия решений о стратегических и тактических направлениях коммуникативной деятельности.

Изучение учебной дисциплины предназначено для магистрантов дневной и заочной форм получения образования и рассчитано на общее количество часов – 90 часов.

Распределение аудиторного времени (36 часов) для магистрантов дневной форм получения образования: лекции – 16 часов, практические занятия – 20 часов. Формы текущей аттестации – зачёт.

Распределение аудиторного времени (10 часов) для магистрантов заочной форм получения образования: лекции – 4 часа, практические занятия – 6 часов. Формы текущей аттестации – зачёт.

## ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ Модуль я темы	Наименование модуля, темы	Количество аудиторных часов		Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6
<b>М-1</b>	<b>Основы социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	
1	Социально-коммуникативные технологии как предмет научного знания	2	2	-	Собеседование
2	Коммуникативное пространство и его организация в профессиональной деятельности	2	2	-	Устный опрос, реферат, эссе
3	Виды коммуникации. Уровни коммуникации	2	-	2	Устный опрос, реферат, коллоквиум
<b>М-2</b>	<b>Социально-коммуникативных технологии и формирование благоприятных взаимоотношений</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	
4	Социально-коммуникативные технологии и формирование поведенческой гибкости	4	4	-	Устный опрос, практическое задание
5	Технологии снятия психологических барьеров в общении	4	2	2	Устный опрос, практическое задание
6	Технологии социально-психологического воздействия на собеседника в процессе коммуникации	2	4	-	Устный опрос, практическое задание
<b>М-К1</b>	<b>Контроль успеваемости по СМ-1«Основы социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности»</b>	-	2	-	Тестирование с разноуровневыми заданиями

	<b>и «Социально-коммуникативных технологии и формирование благоприятных взаимоотношений»</b>				
	<b>Всего</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	

**ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**  
(заочная форма получения образования)

№ Модуля темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов		Количество часов СР	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия		
<b>М-1</b>	<b>Основы социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	
1	Социально-коммуникативные технологии как предмет научного знания	2	-	2	Собеседование
2	Коммуникативное пространство и его организация в профессиональной деятельности	-	2	2	Устный опрос,
3	Виды коммуникации. Уровни коммуникации	-	-	4	Реферат, эссе
<b>М-2</b>	<b>Социально-коммуникативных технологии и формирование благоприятных взаимоотношений</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>18</b>	
4	Социально-коммуникативные технологии и формирование поведенческой гибкости	2	-	6	Устный опрос, реферат
5	Технологии снятия психологических барьеров в общении	-	-	8	Практическое задание
6	Технологии социально-психологического воздействия на собеседника в процессе коммуникации	-	2	4	Устный опрос, практическое задание
<b>М-К<sub>1</sub></b>	<b>Контроль результатов учебной деятельности по М-1, М-2 «Основы социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности», «Социально-коммуникативных технологии и формирование благоприятных взаимоотношений»</b>	-	2	-	Тестирование с разноуровневыми заданиями
<b>Всего</b>		<b>4</b>	<b>6</b>	<b>26</b>	

# СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

## Модуль 1 (М-1)

### ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

#### Тема 1. Социально-коммуникативные технологии как предмет научного знания

Социально-коммуникативные технологии и их особенности. Высокоинтенсивные и низкоинтенсивные социально-коммуникативные технологии. Проблема общения в современном мире. Место и роль технологий в профессиональной деятельности. Проблемы и перспективы применения социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности.

Коммуникация в узком и широком смысле слова. Особенности коммуникативного процесса между людьми, влияние позиции партнеров на эффективность коммуникативного процесса. Психологические механизмы передачи и приема информации в коммуникативном процессе.

#### Тема 2. Коммуникативное пространство и его организация в профессиональной деятельности

Понятие социальной перцепции и ее психологическое содержание. Объекты и субъекты социальной перцепции. Психологические факторы и механизмы формирования образа человека и взаимоотношений в профессиональной деятельности. Перцептивные эталоны. Социально-перцептивные ошибки, причины их возникновения и способы преодоления. Причины искажения информации.

Символическая организация. Визуальная организация. Событийная организация. Мифологическая организация. Коммуникативная организация. Установление контакта с аудиторией. Коммуникативные системы кино и телевидения. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации. Инфографика, ее информативная и художественная составляющие.

#### Тема 3. Виды коммуникации. Уровни коммуникации

Структура коммуникативного действия: действующие лица; стратегия (поводы, цели и результаты), тактики и формы общения. Выбор и разработка темы. Подача материала. Типы коммуникации в зависимости от способа восприятия (слуховое, визуальное и кинестетическое восприятие). Стратегия и тактика аргументации. Роль языка в системе коммуникационных средств. Язык, стиль, лингвистический вкус. Технология визуальной репрезентации. Этикет жестов. Уровни коммуникации. Визуальный контакт. Проксемические особенности невербальной коммуникации. Правила конструктивного слушания.

Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации. Модели поведения в межличностном взаимодействии.

Приемы и способы эффективной коммуникации в профессиональной деятельности. Модерация как социально-коммуникативная технология. Управление событиями как социально-коммуникативная технология. PR, реклама, брендинг как социально-коммуникативные технологии.

## **Модуль 2 (М-2)**

### **СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМИРОВАНИЕ БЛАГОПРИЯТНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ**

#### **Тема 4. Социально-коммуникативные технологии и формирование поведенческой гибкости**

Моделирование как феномен. Особенности создания алгоритма поведения человеком. Стереотипность поведенческих реакций. Модели восприятия, мышления, поведения. Поведенческая гибкость. Моделирование поведенческой гибкости как индивидуальный процесс. Принципы моделирования поведения. Модель Т.О.Т.Е. Алгоритм поведения успешных людей: постановка целей, чувствительность, гибкость.

Особенности тренировки поведенческой гибкости. Применение модели Уолта Диснея в практической деятельности. Моделирование и выработка гибкости — достижение конгруэнтности. Синтоническая модель общения. Конгруэнтность и неконгруэнтность. Трансактный анализ Э. Берна. Роль как модель поведения. Роли родителя, ребенка и взрослого. Моделирование взаимодействия. Теория обмена. Теория символического интеракционизма в управлении. Применение психоаналитической теории при оценке взаимодействия людей. Теория управления впечатлениями.

#### **Тема 5. Технологии снятия психологических барьеров в общении**

Барьеры общения как факторы, затрудняющие процесс коммуникации. Типология психологических барьеров. Формы барьеров по Н.И. Шевандрину. Барьеры понимания. Барьеры социально-культурного различия и барьеры отношения.

Поведенческие барьеры общения по Ю.П. Платонову. Эмоциональные, субъективные и барьеры процесса общения.

Положительные и отрицательные факторы, проявляющиеся при снятии психологических барьеров в общении. Особенности снятия психологических барьеров общения в профессиональной деятельности.

Сотрудничество как форма взаимодействия. Психологические предпосылки, факторы и механизмы организации сотрудничества. Кооперация и конкуренция как формы взаимодействия.

#### **Тема 6. Технологии социально-психологического воздействия на собеседника в процессе коммуникации**

Общая характеристика методов и приемов социально-психологического воздействия в профессиональной деятельности. Эффективность приемов и техник влияния на человека в ходе общения и взаимодействия.

Универсальные процессы, влияющие на построение человеком моделей окружающей среды. Обобщение (генерализация), исключение (стирание, забывание), искажения (фантазирование). Метамоделю как систему прояснения модели мира человека. Система уточнения смысла, сказанного собеседником. Использование приема присоединения и якорения в практике общения и взаимодействия. Особенности применения приемов. Использование приемов переформирования, выбор без выбора и метафоры при разрешении конфликтных ситуаций. Приемы допущения, аналогового обозначения и свертки в профессиональной деятельности.

Убеждение и внушение как методы организованного воздействия. Рациональные и эмоциональные характеристики убеждающего воздействия. Условия эффективности убеждения. Внушение как целенаправленное неаргументированное воздействие. Условия эффективности внушения. Феномены суггестии. Прикладное значение исследований социальной суггестии. Подражание. Кумиры. Идеалы. Мода. Социально-психологические факторы формирования общественного настроения. Особенности действия механизмов общественного настроения.

#### **Модуль контроля (М-К<sub>1</sub>, М-К<sub>2</sub>)**

### **КОНТРОЛЬ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО М-1, М-2 «ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ», «СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМИРОВАНИЕ БЛАГОПРИЯТНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ»**

Контроль осуществляется в форме контрольной работы или тестирования с разноуровневыми заданиями (уровень узнавания; воспроизведение по памяти; воспроизведение на уровне понимания и применения знаний на практике; творческая деятельность).

Возможны другие формы контроля успеваемости: коллоквиум.

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(дневная форма получения образования, 1 курс)

Номер раздела, темы занятия	Название вопросов, которые изучаются на учебном занятии	Количество аудиторных часов		Количество часов УСП	Использование учебно-методического и информационное обеспечение	Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия				
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>М-1</b>	<b>Основы социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>			
1	<b>Социально-коммуникативные технологии как предмет научного знания.</b> Социально-коммуникативные технологии и их особенности. Место и роль технологий в профессиональной деятельности. Коммуникация в узком и широком смысле слова. Особенности коммуникативного процесса между людьми, влияние позиции партнеров на эффективность коммуникативного процесса. Психологические механизмы передачи и приема информации в коммуникативном процессе	2	2	-			Собеседование
2	<b>Коммуникативное пространство и его организация в профессиональной деятельности.</b> Понятие социальной перцепции и ее психологическое содержание. Перцептивные эталоны.	2	2	-			Устный опрос, реферат, эссе

<p>Социально-перцептивные ошибки. Причины искажения информации. Установление контакта с аудиторией. Коммуникативные системы. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации. Инфографика, ее информативная и художественная составляющие.</p>						
---	--	--	--	--	--	--

1	2	3	4	5	6	7	8
3	<p><b>Социально-коммуникативные технологии как предмет научного знания.</b></p> <p>Структура коммуникативного действия: действующие лица; стратегия (поводы, цели и результаты), тактики и формы общения. Типы коммуникации в зависимости от способа восприятия. Стратегия и тактика аргументации. Технология визуальной репрезентации. Этикет жестов. Уровни коммуникации. Правила конструктивного слушания.</p>	2	-	2			Устный опрос, реферат, коллоквиум
М-2	<p><b>Социально-коммуникативных технологий формирование благоприятных взаимоотношений</b></p>	10	12	2			
4	<p><b>Социально-коммуникативные технологии и формирование поведенческой гибкости.</b></p> <p>Моделирование как феномен. Модели восприятия, мышления, поведения. Алгоритм поведения успешных людей. Синтоническая модель общения. Трансактный анализ Э. Берна. Теория обмена. Теория символического взаимодействия в управлении. Теория управления впечатлениями.</p>	4	4	-			Устный опрос, практическое задание
5	<p><b>Технологии снятия психологических барьеров в общении.</b></p> <p>Барьеры общения и их типология. Формы барьеров по Н.И. Шевандрину. Барьеры понимания. Барьеры социально-культурного различия и барьеры отношения. Поведенческие барьеры общения по Ю.П. Платонову. Особенности снятия психологических барьеров общения в профессиональной деятельности.</p>	4	2	2			Устный опрос, практическое задание

	Сотрудничество, кооперация и конкуренция как формы взаимодействия.						
--	--	--	--	--	--	--	--

1	2	3	4	5	6	7	8
6	<p><b>Технологии социально-психологического воздействия на собеседника в процессе коммуникации.</b></p> <p>Общая характеристика методов и приемов социально-психологического воздействия в профессиональной деятельности. Использование приемов общения в профессиональной деятельности.</p> <p>Убеждение и внушение как методы организованного воздействия. Социально-психологические факторы формирования общественного настроения.</p>	2	4	-			Устный опрос, практическое задание
М-К <sub>1</sub>	<p><b>Контроль успеваемости по СМ-1 «Основы социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности» и «Социально-коммуникативных технологии и формирование благоприятных взаимоотношений»</b></p>	-	2	-			Тестирование с разноуровневыми заданиями
<b>Всего</b>		<b>16</b>	<b>16</b>	<b>4</b>			

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
(заочная форма получения образования)

Номер раздела, темы занятия	Название вопросов, которые изучаются на учебном занятии	Количество аудиторных часов		Количество часов СР	Использование учебно-методического и информационного обеспечения	Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия				
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>М-1</b>	<b>Основы социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>8</b>			
1	<b>Социально-коммуникативные технологии как предмет научного знания.</b> Социально-коммуникативные технологии и их особенности. Место и роль технологий в профессиональной деятельности. Коммуникация в узком и широком смысле слова. Особенности коммуникативного процесса между людьми, влияние позиции партнеров на эффективность коммуникативного процесса. Психологические механизмы передачи и приема информации в коммуникативном процессе	2	-	2			Собеседование
2	<b>Коммуникативное пространство и его организация в профессиональной деятельности.</b> Понятие социальной перцепции и ее	-	2	2			Устный опрос, реферат, эссе

<p>психологическое содержание. Перцептивные эталоны. Социально-перцептивные ошибки. Причины искажения информации. Установление контакта с аудиторией. Коммуникативные системы. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации. Инфографика, ее информативная и художественная составляющие.</p>						
---	--	--	--	--	--	--

1	2	3	4	5	6	7	8
3	<p><b>Социально-коммуникативные технологии как предмет научного знания.</b></p> <p>Структура коммуникативного действия: действующие лица; стратегия (поводы, цели и результаты), тактики и формы общения. Типы коммуникации в зависимости от способа восприятия. Стратегия и тактика аргументации. Технология визуальной репрезентации. Этикет жестов. Уровни коммуникации. Правила конструктивного слушания.</p>	-	-	4			Устный опрос, реферат, коллоквиум
М-2	<p><b>Социально-коммуникативных технологий формирование благоприятных взаимоотношений</b></p>	2	4	18			
4	<p><b>Социально-коммуникативные технологии формирование поведенческой гибкости.</b></p> <p>Моделирование как феномен. Модели восприятия, мышления, поведения. Алгоритм поведения успешных людей. Синтоническая модель общения. Трансактный анализ Э. Берна. Теория обмена. Теория символического интеракционизма в управлении. Теория управления впечатлениями.</p>	2	-	6			Устный опрос, практическое задание
5	<p><b>Технологии снятия психологических барьеров в общении.</b></p> <p>Барьеры общения и их типология. Особенности снятия психологических барьеров общения в профессиональной деятельности. Сотрудничество, кооперация и конкуренция как формы взаимодействия.</p>	-	-	8			Устный опрос, практическое задание
6	<p><b>Технологии социально-психологического воздействия на собеседника в процессе коммуникации.</b></p>	-	2	4			Устный опрос, практическое задание

	<p>Общая характеристика методов и приемов социально-психологического воздействия в профессиональной деятельности. Убеждение и внушение как методы организованного воздействия. Социально-психологические факторы формирования общественного настроения.</p>						
--	---	--	--	--	--	--	--

1	2	3	4	5	6	7	8
<b>М-К<sub>1</sub></b>	<b>Контроль успеваемости по СМ-1«Основы социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности» и «Социально-коммуникативных технологии и формирование благоприятных взаимоотношений»</b>	-	2	-			Тестирование с разноуровневыми заданиями
	<b>Всего</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>26</b>			

# **ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

## **ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

### **Методические рекомендации по организации самостоятельной работы магистрантов по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности»**

Самостоятельная работа магистрантов по изучению учебной дисциплины является важным условием освоения учебного материала и формирования профессиональных знаний и навыков. В процессе самостоятельной работы магистрант развивает свои аналитические способности, навыки самоорганизации, вырабатывает привычку систематического чтения. При этом своевременная самостоятельная работа магистранта позволяет минимизировать затраты, в том числе и временные, по изучению учебного материала и добиваться прочного его усвоения.

Основными направлениями самостоятельной работы магистранта являются:

- первоначально подробное ознакомление с учебной программой по учебной дисциплине;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по учебной дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы, устные опросы, коллоквиум);
- подготовка к зачету.

### **ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ (УСР)**

1. Социально-коммуникативные технологии как предмет научного знания.
2. Технологии снятия психологических барьеров в общении.

### **ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВНЫХ РАБОТ**

1. Проблемы и перспективы применения социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности.

2. Психологические факторы и механизмы формирования образа человека и взаимоотношений в профессиональной деятельности.
3. Социально-перцептивные ошибки, причины их возникновения и способы преодоления.
4. Искажение информации, причины возникновения и способы преодоления.
5. Установление контакта с аудиторией и его особенности.
6. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации.
7. Инфографика, ее информативная и художественная составляющие.
8. Проксемические особенности невербальной коммуникации.
9. Конструктивное слушание и его правила.
10. Приемы и способы эффективной коммуникации в профессиональной деятельности.
11. Модерация как социально-коммуникативная технология.
12. Управление событиями как социально-коммуникативная технология.
13. PR, реклама, брендинг как социально-коммуникативные технологии.
14. Моделирование поведенческой гибкости как феномен и индивидуальный процесс.
15. Модель Т.О.Т.Е.
16. Особенности тренировки поведенческой гибкости.
17. Применение модели Уолта Диснея в практической деятельности.
18. Синтоническая модель общения.
19. Трансактный анализ Э. Берна.
20. Теория обмена.
21. Теория символического интеракционизма в управлении.
22. Применение психоаналитической теории при оценке взаимодействия людей.
23. Теория управления впечатлениями.
24. Барьеры общения как факторы затрудняющие процесс коммуникации и их типология.
25. Психологические предпосылки, факторы и механизмы организации сотрудничества.
26. Кооперация и конкуренция как формы взаимодействия в профессиональной деятельности.
27. Эффективность приемов и техник влияния на человека в ходе общения и взаимодействия.
28. Мета модель как система прояснения модели мира человека.
29. Убеждение и внушение как методы организованного воздействия.
30. Рациональные и эмоциональные характеристики убеждающего воздействия и условия эффективности убеждения.
31. Внушение как целенаправленное неаргументированное воздействие и условия эффективности внушения.
32. Феномены суггестии и прикладное значение исследований социальной суггестии.

33. Социально-психологические факторы формирования общественного настроения.

### ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

1. Социально-коммуникативные технологии как предмет научного знания.
2. Коммуникативное пространство и его организация в профессиональной деятельности.
3. Социально-коммуникативные технологии и формирование поведенческой гибкости.
4. Технологии снятия психологических барьеров в общении.
5. Технологии социально-психологического воздействия на собеседника в процессе коммуникации.

### ДИАГНОСТИКА КОМПЕТЕНЦИЙ МАГИСТРАНТОВ

Учебным планом специальности в качестве формы текущей аттестации магистрантов по учебной дисциплине «Социально-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности» предусмотрен зачет. Результаты текущей аттестации студентов в форме зачета оцениваются отметками «зачтено», «не зачтено». Положительной является отметка «зачтено», отметка «не зачтено» является неудовлетворительной.

### ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для промежуточной аттестации знаний студентов по учебной дисциплине и диагностики компетенций студентов используются следующие формы:

Устная форма:

1. Собеседование;
2. Коллоквиумы;
3. Устный опрос;
4. Устный зачет.

Письменная форма:

1. Тесты;
2. Практическое задание;
3. Эссе;
4. Рефераты;
5. Письменный зачет.

## ЗАЧЁТНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

1. Социально-коммуникативные технологии, их особенности и классификация.
2. Проблемы и перспективы применения социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности.
3. Психологические механизмы передачи и приема информации в коммуникативном процессе.
4. Понятие социальной перцепции и ее психологическое содержание.
5. Социально-перцептивные ошибки, причины их возникновения и способы преодоления.
6. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации.
7. Искажение информации, причины возникновения и способы преодоления.
8. Установление контакта с аудиторией и его особенности.
9. Типы коммуникации в зависимости от способа восприятия (слуховое, визуальное и кинестетическое восприятие).
10. Уровни коммуникации.
11. Проксемические особенности невербальной коммуникации.
12. Правила конструктивного слушания.
13. Модели поведения в межличностном взаимодействии.
14. Управление событиями как социально-коммуникативная технология.
15. Приемы и способы эффективной коммуникации в профессиональной деятельности.
16. Модерация как социально-коммуникативная технология.
17. PR, реклама, брендинг как социально-коммуникативные технологии.
18. Моделирование поведенческой гибкости как индивидуальный процесс.
19. Модель Т.О.Т.Е.
20. Применение модели Уолта Диснея в практической деятельности.
21. Синтоническая модель общения.
22. Трансактный анализ Э. Берна.
23. Теория управления впечатлениями.
24. Барьеры общения и их типология. сотрудничества.
25. Общая характеристика методов и приемов социально-психологического воздействия в профессиональной деятельности.
26. Эффективность приемов и техник влияния на человека в ходе общения и взаимодействия.
27. Убеждение и внушение как методы организованного воздействия.
28. Социально-психологические факторы формирования общественного настроения.
29. Особенности действия механизмов общественного настроения.

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### ОСНОВНАЯ:

1. Основы теории коммуникаций : учебник / под ред. проф. М. А. Василица. – М. :Гардарики, 2003. – 615 с.
2. Основы теории коммуникации : в 2 ч. : учеб. пособие / сост. Н. Р. Валитова ; Сиб. гос. ун-т физ. культуры и спорта. – Омск : СибГУФК, 2010. – Ч. 1. – 200 с. – Ч. 2. – 248 с.

### ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ:

3. Андреева, Г. М. Социальная психология : учеб.для студентов высших учеб. заведений, обучающихся по направлению с специальности «Психология» / Г. М. Андреева. – Изд. 5-е, испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 362 с.
4. Белановский, С. А. Глубокое интервью : учеб.пособие / С. А. Белановский. – М. :Никколо-Медиа, 2001. – 320с.
5. Бландел, Р. Эффективные бизнес-коммуникации.Теория и практика в эпоху информации / Р. Бландел. – СПб. : Питер, 2000. – 384 с.
6. Вацлавик, П. Психология межличностный коммуникаций / П. Вацлавик, Дж. Бивин, Д. Джексон. – СПб. : Речь, 2000. – 320 с.
7. Вершинин, М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе / М. С. Вершинин. – СПб. : Издательство Михайлова В.А., 2001. – 252 с.
8. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация : учебник/ О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 272 с.
9. Горянина, В. А. Психология общения : учеб.пособие для студентов фак. соц. работы / В. А. Горянина. – 2-е изд., стер. – М. :Academia, 2004. – 415 с.
10. Грачев, М. Н. Политика, политическая система, политическая коммуникация / М. Н. Грачев. – М. : НОУМЭМ, 1999. – 328 с.
11. Джефкинс, Ф. Паблик рилейшнз / Ф. Джефкинс, Д. Ядин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с.
12. Зверинцев, А. Б. Коммуникационный менеджмент / А. Б. Зверинцев. – СПб. : Изд-во Буковского, 1995. – 288 с.
13. Кириченко, А. В. Современные психологические технологии влияния на личность в профессиональных целях / А. В. Кириченко ; науч. ред. А. А. Деркач. – Минск : Тесей, 2003. – 223 с.
14. Лабунская, В. А. Психология затрудненного общения / В. А. Лабунская, Ю. А. Менджерицкая, Е. Д. Бреус. – М. : Академия, 2001. – 288 с.
15. Матвеева, Л. В. Психология телевизионной коммуникации / Л. В. Матвеева, Т. Я. Аникеева, Ю. В. Мочалова. – М. : РИП-холдинг, 2004. – 316 с.
16. Основы теории коммуникаций : учебник / под ред. проф. М. А. Василица. – М. :Гардарики, 2003. – 615 с.

17. Пайнс, Э. Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач. – СПб. : Питер, 2001. – 528 с.
18. Перельгина, Е. Б. Психология имиджа / Е. Б. Перельгина. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 221 с.
19. Почепцов, Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2000. – 528 с.
20. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2001. – 656 с.
21. Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2002. – 200 с.
22. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2002. – 698 с.
23. Сухов, А. Н. Социальная психология [Электронный ресурс] / А.Н. Сухов, А.А. Дергач. – М., 2001. – Режим доступа: <http://yurpsy.com/files/biblio/spsy/spsy.htm>. – Дата доступа: 04.06.2020.
24. Чалдини, Р. Психология влияния / Роберт Чалдини ; [пер. с англ. Е. Бугаева и др.]. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 294 с.

Теоретический раздел  
Модуль 1 (М-1)  
**ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ  
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Тема 1. Социально-коммуникативные технологии  
как предмет научного знания**

План лекции:

1. Социально-коммуникативные технологии и их особенности
2. Виды технологий.
3. Понятие коммуникации

### **1. Социально-коммуникативные технологии и их особенности**

Социально-коммуникативная технология – это опирающаяся на определенный план (программу действий) целенаправленная системно организованная деятельность социального субъекта, направленная на решение какой-либо социально-значимой задачи посредством управляемой социальной коммуникации.

Рассмотрим основные характеристики социально-коммуникативной технологии как специфического вида социальной технологии:

1. Социальное время;
2. Социальное пространство;
3. Поведение социальных объектов.

В качестве социальных субъектов, реализующих СКТ, могут выступать:

- социальные организации;
- социальные институты;
- социальные общности (как правило, общности классического типа – социальные группы).

Наиболее общие признаки СК-технологизации:

- целенаправленность;
- структуризация, разграничение, разделение объекта на элементы, операции, этапы, стадии, фазы;
- координация и поэтапность действий;
- однозначность выполнения процедур и операций.

Социальная технология всегда представляет собой определенный воспроизводящийся технологический цикл – конечную последовательность процедур и операций.

Разработка социально-коммуникативной технологии имеет несколько этапов:

- Теоретический этап предусматривает определение цели и задач технологизации, моделирование ее объекта, выявление внутренних связей и закономерностей функционирования;
- Методический этап связан с разработкой технологической схемы управления объектом, обоснованием и детализацией соответствующих процедур и операций;
- Процедурный этап связан с организацией практической деятельности по подготовке технологического проекта.

## **2. Виды технологий**

Социально-коммуникативные технологии являются комплексным феноменом сложной природы, к построению их типологии возможны различные методологические подходы.

Рассмотрим основные критерии, наиболее значимые для изучения типологии СКТ:

1. Интенсивность воздействия. По этому критерию выделяют низкоинтенсивные и высокоинтенсивные социально-коммуникативные технологии.

2. Наличие обратной связи между участниками коммуникационного взаимодействия (между источником и получателем сообщения). По этому критерию выделяются односторонние и двусторонние СКТ.

3. Характер взаимодействия между участниками коммуникативного взаимодействия. По этому критерию выделяют асимметричную и симметричную коммуникативную технологию.

На пересечении критериев наличия обратной связи и характера взаимодействия субъектов коммуникации образуются четыре потенциально возможных типа коммуникативных технологий.

1. Модель жесткого манипулирования (пропагандистская модель);
2. Модель информирования (журналистская модель);
3. Модель мягкого манипулирования;
4. Двусторонняя симметричная коммуникативная технология.

## **3. Понятие коммуникации**

Современный этап развития общества характеризуется расширением и углублением взаимосвязей и взаимозависимостей в межличностном общении и совместной деятельности. Усложняются человеческие связи, отношения, взаимодействия (социальные, экономические, политические), повышаются требования к уровню культуры общения, особенно в государственном и муниципальном управлении. Возрастает потребность в овладении искусством коммуникации, коммуникативными умениями и навыками, риторическими средствами и приемами, обеспечивающими успех в общении и непосредственной профессиональной деятельности.

Коммуникация — это прежде всего способ деятельности, который облегчает взаимное приспособление поведения людей. Коммуникация — это

такой обмен, который обеспечивает кооперативную взаимопомощь, делая возможной координацию действий большой сложности (Т. Шибутани);

о Коммуникация — специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания (П.О. Зверинцев, А.П. Панфилова).

Различные уровни коммуникативных связей имеют свои особенности реализации в зависимости от процессов, форм и видов коммуникации. Поскольку коммуникации охватывают все сферы человеческой жизнедеятельности, то они представляют большой спектр видов и подвидов, находящихся в сложном взаимодействии и оказывающих влияние друг на друга. На сегодняшний день не существует универсальной единой системы классификации, тем не менее в современной коммуникативистике исследователями выделяются следующие основные виды: деловая, социальная, политическая, межэтническая, межличностная, массовая, межкультурная. Основными формами коммуникации являются: межличностная, внутригрупповая, массовая, межкультурная.

Несмотря на многозначность понятия «коммуникации», большинство исследователей трактуют ее как общение, обмен идеями, передачу информации от человека к человеку. Мы будем рассматривать коммуникацию как способ деятельности, как процесс взаимодействия людей по обмену информацией.

Двадцать первый век — это время развития и освоения инновационных технологий. Современные инновационные коммуникативные технологии являются средством развития и формирования новых общественных отношений, новой технологической культуры. Процесс общения является в одно и то же время процессом взаимодействия и информационным процессом, отношением людей друг к другу, процессом взаимного влияния и процессом взаимопонимания. В данной трактовке показывается не только многофункциональность общения, но и раскрываются основные функции общения, основу которых составляют коммуникативные технологии общения. Эффективная коммуникация предполагает владение современными коммуникативными технологиями.

## **Тема 2. Коммуникативное пространство и его организация в профессиональной деятельности**

### **План лекции:**

1. Понятие социальной перцепции и ее психологическое содержание.
2. Социально-перцептивные ошибки.
3. Причины искажения информации.
4. Установление контакта с аудиторией.
5. Коммуникативные системы
6. Инфографика, ее информативная и художественная составляющие.

### **1. Понятие социальной перцепции и ее психологическое содержание.**

**Социальная перцепция**- это процесс восприятия, понимания и оценка социальных объектов, под которыми подразумеваются другие люди, социальные группы, большие социальные общества. Как равнозначные научные выражения используются «межличностное восприятие и понимание» и «межличностное познание».

Восприятие социальных объектов имеет **ряд особенностей**, отличающих его от восприятия предметов:

- 1) воспринимаемый человек стремится трансформировать представление о себе в благоприятную сторону;
- 2) внимание субъекта сосредоточено на смысловых и оценочных интерпретациях объекта восприятия;
- 3) восприятие социальных объектов характеризуется большей слитностью познавательных и эмоциональных компонентов и большой зависимостью от мотивационно-смысловой структуры воспринимающего субъекта.

Обычно выделяют четыре основные **функции межличностного восприятия**: познание себя, познание партнеров по взаимодействию, установление эмоциональных отношений, организация совместной деятельности на основе взаимопонимания.

**В структуру процесса межличностного восприятия** включаются: субъект, объект и процесс восприятия (познания) человека человеком.

**Субъект межличностного восприятия**(познания), являясь элементом названной системы, одновременно представляет собой развивающуюся динамическую систему со многими характеристиками.

**Объект восприятия** как элемент рассматриваемой системы включен во многие системы действительности. Многообразие подсистем, в которых находится воспринимаемый, предопределяет разнообразные формы его поведения и проявления психологических характеристик. Будучи активной действующей личностью, объект стремится изучить субъекта и в отдельных случаях квалифицированно организовать свою самоподачу.

**Процесс познания человека**, с одной стороны, есть элемент названной системы, а с другой, будучи целостным многомерным явлением, может исследоваться как самостоятельная подсистема.

Процесс познания включает обратную связь от объекта восприятия и иногда — элементы коммуникации и взаимодействия.

### **Механизмы межличностного познания**

**Механизм идентификации.** Это понятие в психологии является многозначным. В межличностном познании оно представляет отождествление себя с другим человеком. Субъект как бы погружается в смысловое поле объекта, условия его жизни. При уподоблении другому человеку важная роль принадлежит воображению.

При идентификации субъект познает и эмоциональную сферу объекта. Представить его эмоциональную жизнь может человек, обладающий достаточно развитым уровнем проявления эмоций и чувств, способный к эмпатии.

**Механизм каузальной атрибуции** – механизм предполагает приписывание воспринимаемому определенных мотивов и причин, объясняющих его поступки и другие особенности.

Феномен приписывания возникает тогда, когда у человека есть дефицит информации о другом человеке. Мера и степень приписывания в процессе межличностного восприятия зависит от двух показателей: от степени уникальности или типичности поступка и от степени его социальной «желательности» или «нежелательности». Характер атрибуций зависит и от того, выступает ли субъект восприятия сам участником какого-либо события или его наблюдателем. Так, Г. Келли выделил три таких типа:

- личностную атрибуцию, когда причина приписывается лично совершающему поступок;
- объектную атрибуцию, когда причина приписывается тому объекту, на который направлено действие,
- обстоятельственную атрибуцию, когда причина совершающегося приписывается обстоятельствам.

Было выявлено, что наблюдатель чаще использует личностную атрибуцию, а участник в большей мере склонен объяснить совершающееся обстоятельствами. Эта особенность отчетливо проявляется при приписывании причин успеха и неудачи: участник действия «винит» в неудаче преимущественно обстоятельства, в то время как наблюдатель «винит» за неудачу прежде всего самого исполнителя.

**Механизм рефлексии** другого человека включает осознание субъектом того, как он воспринимается объектом восприятия. Результатом рефлексии другого человека является тройное отражение, в котором представлено мнение субъекта о себе, его отражение в сознании другого человека и отражение им представления другого человека о первом (о субъекте). Использование данного механизма предполагает определенный уровень развития личности, ее способности к саморефлексии, познанию других людей и фиксации признаков обратной связи от объекта.

**Аттракция** как механизм межличностного восприятия представляет собой познание другого человека, основанное на формировании устойчивого позитивного чувства к нему. В этом случае понимание партнера по

взаимодействию возникает благодаря появлению привязанности к нему, дружеского или более глубокого интимно-личностного отношения. Аттракцию рассматривают как особый вид социальной установки на другого человека, в которой преобладает эмоциональный компонент. На формирование аттракции значительное влияние оказывает сходство характеристик субъекта и объекта восприятия.

## 2. Социально-перцептивные ошибки.

Социально-перцептивные ошибки, характерные для процесса восприятия, связанные с явлением каузальной атрибуции, т. е. приписывания, интерпретации субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения партнера. Как мы уже упоминали в предыдущих главах, основные положения следующие: процесс социальной перцепции не ограничивается только наблюдением и получением внешних сведений, индивидуум стремится:

- 1) к выяснению причин поведения партнера и выводам, касающимся соответствующих личностных качеств;
- 2) приписыванию вероятных причин поведения и черт личности партнеру в условиях недостатка достоверной информации.

Состоявшаяся причинная интерпретация существенно влияет на поведение субъекта перцепции — наблюдателя.

Результатом описанных особенностей социальной перцепции являются следующие феномены:

- 1) систематические различия в объяснении своего поведения и поведения партнера по общению;
- 2) отклонение интерпретации от логических норм под действием мотивационных и информационных факторов;
- 3) стимулирующее воздействие, оказываемое на мотивацию и деятельность субъекта объяснением неудач внешними факторами, а удач — внутренними.

Соответственно этим феноменам возникают следующие основные *ошибки социальной перцепции и восприятия в общении*, в том числе деловом (классификация на основе представлений Р. Л. Кричевского, А. В. Карпова, В. Е. Кагана):

- 1) «ситуационных причин» — возникает вследствие склонности отдавать приоритет при объяснении поведения, своего или партнера, личностным или ситуационным причинам;
- 2) «отождествления представлений» — возникает вследствие склонности полагать, что собственные представления совпадают с представлениями партнера по общению;
- 3) «ролевого неравенства» — возникает вследствие склонности не учитывать неравные возможности ролевого поведения, когда социальная роль позволяет одному из партнеров демонстрировать преимущества и скрывать недостатки;

4) «иллюзорной корреляции» — возникает вследствие склонности к иллюзорным корреляциям, т. е. стремления апеллировать при объяснении поведения партнера и своего к причинам, наиболее очевидным, но не обязательно подлинным;

5) «ложной причины» — возникает вследствие склонности рассматривать событие, предшествующее по времени другому событию, но никак не связанное с ним, в качестве его причины.

При этом возникают более сложные и комплексные психологические феномены, связанные не только со спецификой перцептивных, интерактивных и коммуникативных процессов, но и со сферой личностных особенностей человека, на которых мы подробнее остановимся далее.

Здесь мы лишь упомянем о тех из них, которые представляются нам наиболее важными. Это закономерности, эффекты и феномены индивидуального характера:

1) эффект реактивного сопротивления — внешнее ограничение, запрет, вызывает стремление его нарушить — *запретный плод сладок*;

2) эффект обратного мышления Фишхоффа — иллюзия о предвидении случившегося — *я знал, что это случится*;

3) инерционный эффект, или феномен самоукрепления первой альтернативы — переоценка значимости первой альтернативы — *первое слово дороже второго*;

4) феномен иллюзии квазирегулярности случайных событий — рассмотрение случайных событий как неслучайных — *снаряд дважды в одну воронку не падает*;

5) феномен необходимой разнородности субъективных реакций — представление об однородности случайных событий — *после десяти падений решек должен выпасть один орел*;

6) эффект центрации, или принцип выравнивания вероятностей — склонность уравнивать различные вероятности наступления событий — *как карты лягут*;

7) феномен вероятностной деформации — усиление существующих различий в неравенстве вероятности наступления событий — *этого не может быть, потому что не может быть никогда*;

8) эффект познавательного консерватизма — тенденция занижать значимость правдоподобной альтернативы — *со мной никогда такого не случится*;

9) эффект познавательного радикализма — тенденция завышать значимость неправдоподобной альтернативы — *чем черт не шутит*;

10) феномен асимметрии добровольного и навязанного выбора.

В основном все вышеперечисленные феномены и эффекты имеют место в ходе совместной деятельности, в частности выработки и принятия управленческих решений индивидуального и группового характера, специфических и неспецифических, обусловленных в основном психологическими особенностями информационных процессов человека и межличностного взаимодействия.

### 3. Причины искажения информации.

**Искажение информации** достаточно частое явление в системах коммуникации. Искажение появляется при такой передаче информации, когда ее смысл искажается. Потеря информации сопровождается недополучением всего сообщения или ее части. Чем *больше ступеней передачи информации*, тем более вероятность искажения информации.

**Письменное сообщение** в еще большей степени создает препятствия на пути к взаимопониманию. Если адресаты письменного взаимодействия не знают друг друга, то текст обезличивается полностью. Никакое письмо, даже адресованное близкому человеку, понимающего все оттенки написанных слов и выражений, вызывающих воспоминания и представления, не может полностью заменить «живое общение».

Неправильное или неполное понимание содержания сообщения может быть вызвано как **недостаточностью**, так и **избыточностью информации**, заложенной в сообщении. Недостаточность информации восполняется путем применения повторных запросов или же домысливается, достраивается. Избыточную информацию часто не успевают полностью обработать, передать и осмыслить. Избыточность создается из за повторения одного и того же сообщения в различных формах по многим каналам повторяя его во времени.

Потенциальной причиной конфликтов выступают потери и искажения информации не только при общении оппонентов, но и в самом восприятии людьми окружающего мира. Человек достаточно избирательно воспринимает бесконечно многообразную информацию об окружающем. Роль «фильтра» играют ценности, мотивы, цели, которые зависят от мировоззрения человека, его образованности, профессионализма, нравственности, культуры, жизненного опыта.

Рассмотрим основные причины.

**Часть информации, которая в принципе может быть выражена словами, не высказывается человеком из-за ограниченности его словарного запаса.** Обогащение словарного запаса человека способствует предупреждению конфликтов, вызванных трудностями в понимании людьми друг друга.

**По причине недостатка времени в процессе общения теряется существенное количество информации.** Чем насыщеннее жизнь человека, тем больше времени у него уходит на деятельность, тем меньше времени он может посвятить общению. Это затрудняет понимание людьми друг друга.

**В ситуациях межличностного общения значительная часть информации, касающейся предмета разговора, существует на уровне бессознательного и в принципе словами выражена быть не может.** На уровне бессознательного и подсознания в психике человека содержится значительное количество существенной информации. Часть этой

информации может восприниматься собеседником с помощью невербальных средств коммуникации.

**Многое из того, что человек может выразить словами, он не считает нужным говорить.** Причиной может быть то, что часть того, что он думает, вслух высказывать не принято, часть информации он не высказывает потому, что она характеризует его самого с негативной стороны, а часть информации он считает для данного разговора незначимой. Это не означает, что она на самом деле незначима для собеседника.

**Часть словесной информации слушающий не усваивает потому, что просто ее не слышит,** так как отвлекается, думает о своих проблемах.

**Не все, что говорит один человек, бывает сразу понятно другому.** Информация теряется из-за того, что собеседник не успевает сразу понять все то, о чем идет речь. Вот почему устная речь должна быть более простой и понятной по сравнению с речью письменной.

**На основании одной и той же информации разными сотрудниками могут быть сделаны не только разные, но и противоположные выводы о позиции говорящего.**

Информация, которая исходит от кого-либо, может быть оценена как положительная одними людьми и как отрицательная другими. Каждая из этих групп может аргументировать свою оценку. Это происходит в силу разного жизненного опыта слушающих, в силу разного знания ими проблемы, о которой идет речь, в силу их разного отношения к говорящему и других причин. Охарактеризованные выше потери и искажения информации могут приводить к тому, что представление сотрудника Б о позиции А в связи с обсуждаемой проблемой может весьма заметно отличаться от истинной позиции сотрудника А. Сотрудники А и Б могут начать спорить из-за мнимого. Это расхождение в позициях может перерасти в конфликт, причины которого будут иметь информационный характер.

#### **4. Установление контакта с аудиторией.**

Самое высшее проявление мастерства публичного выступления - это контакт со слушателями, то есть общность психического состояния оратора и аудитории. Эта общность возникает на основе совместной мыслительной деятельности, сходных эмоциональных переживаний. Отношение говорящего к предмету речи, его заинтересованность, убежденность вызывают у слушателей ответную реакцию. Как гласит пословица, слово принадлежит наполовину тому, кто говорит, и наполовину тому, кто слушает. Главные показатели взаимопонимания между коммуникантами - положительная реакция на слова выступающего, внешнее выражение внимания у слушателей (их поза, сосредоточенный взгляд, возгласы одобрения, кивки головой, улыбки, смех, аплодисменты), «рабочая» тишина в зале. Контакт - величина переменная. Он может быть полным (со всей аудиторией) и неполным, устойчивым и неустойчивым в разные фрагменты произнесения речи.

Чтобы завоевать аудиторию, надо установить с ней и постоянно поддерживать, зрительный контакт. Выступающий обычно медленно обводит взглядом слушателей.

Перед началом речи выдерживают небольшую психологическую паузу - 5 - 7 секунд.

Как бы не интересна была тема, внимание аудитории со временем притупляется. Его необходимо поддерживать с помощью следующих ораторских приемов:

1. Вопросно-ответный прием. Оратор ставит вопросы и сам на них отвечает, выдвигает возможные сомнения и возражения, выясняет их и приходит к определенным выводам.

2. Переход от монолога к диалогу (полемике) позволяет приобщить к процессу обсуждения отдельных участников, активизировать тем самым их интерес.

3. Прием создания проблемной ситуации. Слушателям предлагается ситуация, вызывающая вопрос: «Почему?», что стимулирует их познавательную активность.

4. Прием новизны информации, гипотез заставляет аудиторию предполагать, размышлять.

5. Опора на личный опыт, мнения, которые всегда интересны слушателям.

6. Показ практической значимости информации.

7. Использование юмора позволяет быстро завоевать аудиторию.

8. Краткое отступление от темы дает возможность слушателям «отдохнуть».

9. Замедление с одновременным понижением силы голоса способно привлечь внимание к ответственным местам выступления (прием «тихий голос»).

Действенным средством контакта являются специальные слова и выражения, которые обеспечивают обратную связь. Это личные местоимения 1 и 2 лица (я, вы, мы, мы с вами), глаголы в 1 и 2 лице (попробуем понять, оговоримся, отметим, прошу вас, отметьте себе, подумайте, конкретизируем и др.), обращения (уважаемые коллеги, дорогие мои), риторические вопросы (Вы ведь хотите услышать мое мнение?). Перечисленные языковые средства контакта помогают преодолеть «барьер», служат объединению говорящего со слушателями.

### **Поза, жесты, мимика оратора**

Поза, жесты, мимика - принадлежность индивидуального стиля. Эти элементы кинетической системы общения действуют на зрительный канал восприятия, акцентируют внимание на содержании информации, поступающей по слуховому каналу, повышают эмоциональность и тем самым способствуют лучшему усвоению высказанных мыслей. По мнению психологов, речь на 25% воспринимается зрительным путем.

Оратор должен добиться ощущения устойчивости, равновесия, легкости, подвижности и естественности на трибуне, перед аудиторией. Вид

человека, который длительное время стоит неподвижно, утомляет слушателей. Во время длительного доклада опытный выступающий меняет позу. Шаг вперед в нужный момент усиливает значимость того или иного места речи, помогает сосредоточить на нем внимание. Отступая назад, оратор как бы дает аудитории возможность «отдохнуть» и затем переходит к другому положению речи. Не следует расхаживать, двигаться в стороны во время выступления.

Мастерство оратора проявляется в усилении воздействия жестом, мимикой. Излишняя виртуозность не украшает говорящего и вызывает иронию, неприязнь. От жестов значимых, которые способствуют успеху речи, необходимо отличать бессмысленные, механические (встряхивание головой, поправление волос, одежды, верчение ручки и др.). Утверждают, что лучший и самый совершенный жест тот, который не замечают слушатели, т. е. который органично сливается с содержанием речи. В ораторском искусстве используются:

1. Ритмические жесты. Они подчеркивают логическое ударение, замедление и ускорение речи, место пауз. Например, замедленное движение вправо при произнесении фразы «Говорит, что воду цедит».

2. Эмоциональные передают оттенки чувств (сжатый кулак, овальное движение руки, «отрубающая» фразу рука).

3. Указательные рекомендуется использовать в очень редких случаях, когда есть предмет, наглядное пособие, на которые можно указать.

4. Изобразительные наглядно представляют предмет, показывают его (например, винтовую лестницу).

5. Символические несут определенную информацию. К этой группе относятся жест категоричности (сабельная отмашка кистью правой руки), жест противопоставления (кисть руки исполняет в воздухе движение «там и здесь»), жест разъединения (ладони раскрываются в разные стороны), жест обобщения (овальное движение двумя руками одновременно), жест объединения (пальцы или ладони рук соединяются).

О важности жестикуляции, говорит тот факт, что в риториках, начиная с античных времен, ей посвящались специальные главы.

Основным показателем чувств говорящего является выражение лица. Мимика оратора стимулирует эмоции аудитории, способна передать гамму переживаний: радость и скорбь, сомнение, иронию, решимость ... Выражение лица должно соответствовать характеру речи. У хорошего оратора, как замечал А. Ф. Кони, «лицо говорит вместе с языком». Лицо и весь внешний облик выступающего должны выражать доброжелательное и даже дружественное отношение. Аудитория не любит сердитых или безучастных.

## **5. Коммуникативные системы.**

### **5.1. Понятие системности коммуникации**

Коммуникация возникла в человеческом обществе как потребность индивида передать другому индивиду необходимую для совместного действия информацию. Первичными коммуникативными средствами были

самые простые — указательные жесты, одобряющая или не одобряющая мимика — невербальные знаки. Правильное понимание этих знаков было возможно лишь в их устойчивой соотнесенности, чаще по признаку противоположности — указание налево, вверх предполагало указание направо вниз. Наконец, человек стал использовать для передачи информации вербальные средства — слова и фразы. Появлялись все новые и новые слова. Пропуская их через свое сознание — фиксируя соотнесенность того или иного слова с реалиями действительности, человек невольно должен был упорядочивать, т.е. систематизировать их по каким-то общим или различительным признакам, как формальным, так и содержательным. По мнению психолога Л.С. Выготского, системность является критерием осознанности. Способом наивной систематизации слов мы пользуемся до сих пор.

Этот несколько упрощенный взгляд на природу системности позволяет определить ее *понятие* системности как онтологическое свойство упорядоченности множества элементов коммуникативных средств, в основе которого лежат взаимообусловленные принципы их тождества и различия. Поэтому возникла необходимость научной интерпретации данного свойства — обоснования *содержания и структуры* системного подхода к *коммуникации в обществе и их характеристик*. Поиски ученых, специалистов в области общественных, гуманитарных и точных наук, выявление возможных связей и взаимозависимостей множества элементов, представляющих реалии действительности и отражающих представление о них, привели к обоснованию разных способов их систематизации. В научном обиходе используются такие понятия, как *система, классификация, таксономия, стратификация, типология*. Иногда эти понятия и термины, их выражающие, взаимозаменяются, поскольку обладают общими признаками. При этом, однозначность — неперенное условие правильного употребления терминов. Рассмотрим их через призму социальной коммуникации в обществе, основных составляющих этого общества.

*Система* — совокупность элементов, находящихся в многомерных отношениях друг с другом и образующих определенное целостное единство, способное функционировать. Разработанная к настоящему времени теория систем применима к исследованию различных объектов. Однако эффективность применения этой теории зависит от природы самих объектов и сложности их взаимосвязей. Сравните: социальная система, система языка, кибернетическая система, система управления и др. Общее требование к любой системе — наличие трех признаков системности: *объектности* (элементы некоего множества или совокупности); *структуры* (сеть отношений и связей между этими элементами); *целостности* (свойство данной совокупности элементов функционировать как единство, в котором целое зависит от элементов, а элементы — от целого). Система не сводится к сумме элементов. Свойства элементов в ней определяются их местом в структуре, соотнесенностью с другими элементами.

*Классификация* — распределение объектов или понятий о них в какой-либо области знаний или деятельности человека по классам на основе определенного признака, позволяющего установить однородные связи. Например, классификация слов по частям речи, классификация языков мира, т.е. распределение их по признакам генеалогических связей. Классификация может предусматривать иерархию выделенных классов или более мелких совокупностей, если между ними можно установить отношения подчиненности.

*Таксономия* — совокупность принципов и правил классификации объектов, а также и сама научная систематизация сложно организованных областей действительности, имеющих обычно иерархическое строение. При этом выявляются подчиненные и соподчиненные группы элементов, представляющих ту или иную область действительности. Существует таксономия органического мира (распределение животных и растений) называемая систематикой. Таксономии подлежат объекты геологии, этнографии, словарного состава языка. Таким образом, выделяются таксономические группы слов, обозначающих Вселенную, жизнь и деятельность человека, его социальные ценности и др.

*Стратификация* — выявление отдельных однородных множеств элементов в области, имеющей слоистое строение. Естественные науки изучают стратификацию атмосферы, морской воды, геологических пород и т.п. Социальная стратификация общества, выявляемая по неоднородности социальных структур, коррелирует с социальной стратификацией языка. Стратификация словарного состава языка проводится на основе различия функционально-стилистических признаков (жанров, поэтизмов (очи), жаргонизмов (тусовка) и других функционально-стилистических «страт», коррелирующих с определенными социальными группами и субкультурами.

*Типология* — группировка элементов на основе общности наиболее существенных признаков, часто с помощью обобщенной модели. В социологии к таким моделям относятся модели социальных отношений в обществе или модели массовой коммуникации на основе выявления устойчивых сходств и различий множества социальных объектов. Так устанавливается типология общественно-экономических формаций, классов, личности. В языкознании разработана типология языков по их существенным структурным и функциональным характеристикам, установлены типы коммуникативных актов. Типология важна для сравнительного анализа достаточно крупной совокупности элементов как в синхроническом, так и в диахроническом планах исследования.

Выделенные способы представления системности элементов по сути являются научными аналогами их реальных связей и отношений. Несмотря на сходство целей, каждый подчеркивает разные стороны системности, т.е. *характерные черты, система* — целостное единство, способное функционировать; *классификация* — установление групп и классов элементов на основе однородных признаков; *таксономия* — иерархическое представление отношений связей сложно организованных областей

действительности; *стратификация* — расчленение целого на страты — группы, объединенные общим признаком; *типология* — объединение элементов в крупные совокупности на базе общности существенных признаков в целях использования выделенных типов как основы для сравнительного исследования.

Исходя из вышеизложенной градации, рассмотрим социальные коммуникативные системы через призму языка.

Несмотря на то, что в гуманитарных областях исследования реализовать принцип системности весьма трудно (в частности, говорят об асистемности и даже антисистемности в языке), системный подход остается основополагающим научным принципом исследования. Существуют десятки определений системы языка; суть их сводится к тому, что *система языка* — это *совокупность языковых элементов, организованных через структуру своих связей и отношений в целостное единство*. К элементам языка относят вербальные знаки, по своему строению и функции представляющие различные уровни системы — *фонемный, морфемный, лексемный и синтаксический*. Внутренние связи языковых элементов устанавливаются как «по горизонтали» — внутри каждого уровня, так и «по вертикали» — межуровневые связи. Это придает системе целостность. Система актуализируется в речи, где язык выступает в одной из основных своих функций — коммуникативной. При этом система языка выделяется из речи как первичного источника речевой деятельности человека. Когда подчеркивают противопоставление языка и речи, говорят о «системе языка»; а если необходимо подчеркнуть противопоставление языка другим средствам общения, говорят о «языковой системе», отличной от неязыковых систем. Таким образом, система языка и коммуникация соотносятся как сущность и явление. Возникает вопрос: правомерно ли говорить о коммуникативной системе и можно ли, в принципе, выделить из коммуникации как явления (процесса общения) некую сущность — коммуникативную систему, отличную от языковой системы? Для того чтобы ответить на этот вопрос, сравним три составляющих языковой системы и гипотетической коммуникативной системы.

*Объектность* — элементы некоего множества или совокупности, где языковая система определяется ее элементами — языковыми единицами, которые, несмотря на свое различное строение, по своей природе однородны. Это слова и словосочетания, используемые как вербальные средства коммуникации. В устной форме коммуникации применяют инородные коммуникативные средства — не только вербальные, но и невербальные: сигналы, жесты, мимику, телодвижения, тон и громкость голоса. В письменной форме коммуникации, помимо слов, используются символы, формулы, графы, схемы, рисунки, шрифты.

Между элементами языка и коммуникации есть и функциональное различие. Слова и словосочетания как элементы языковой системы выполняют номинативную функцию — называют реалии действительности, например, «стол», «железная дорога». Сообщение информации об этих

реалиях актуализируется лишь в речи, в составе высказываний. Сравним, например высказывания: «стол был накрыт на двоих», «в углу стоял колченогий стол»; «20 лет проработал на железной дороге», «племяннику она купила железную дорогу». Именно высказывания, в том числе и однословные типа «жаль», «рад», сообщают информацию о реалиях и могут побудить к действию, например: «закрой окно!». Сами по себе слова «закрыть» «окно» как единицы языковой системы, в отличие от таких слов как «очи», «тусовка», не имеют какой-либо социально-функциональной значимости, они не указывают на ситуацию общения, статус коммуникантов. Но в высказываниях типа «ну-ка закрой окно!», «закройте, пожалуйста, окно!», даже без учета выражения лица говорящего, отчетливо выявляются социальные роли коммуникантов.

Отсюда вытекает, что минимальной единицей информации в коммуникации является высказывание. В единице информации при этом используются разнородные как по своей природе, так и по функции элементы. Разнородность элементов дает основание выделить не одну, а несколько коммуникативных систем.

*Структура* — сеть разнообразных связей и отношений, организующих элементы в составе целого. Типы отношений, устанавливаемых «то горизонтали» (в пределах одноуровневых единиц), одинаковы в языковой системе и в коммуникации, так как основаны на общих принципах. На основе принципа тождества признаков слова организуются в микросистемы типа имен существительных или глаголов, названий профессий, положительных и отрицательных эмоций и т.п. По принципу тождества функциональных признаков высказывания организуются в три микросистемы типов: повествования, вопроса и побуждения. Принцип обусловленности тождества и различия организует слова в микроряды синонимов или антонимов; по нему выделяются синонимичные или антонимичные высказывания. Это сходство объясняется тем, что характер отношений высказываний определяется характером отношений слов, составляющих эти высказывания.

Гораздо сложнее установить связи и отношения языковых коммуникативных единиц «по вертикали». В языковой системе все связано с теорией уровней. В коммуникации данный аспект определяется однородными высказываниями, которые этим связаны и образуют тематические фрагменты, будь то речевой отрезок в монологической, либо в диалогической форме.

В обеих формах коммуникации информация сообщается через *высказывания как элементарные и минимальные единицы языка*, которые составляют относительно целостный в тематическом плане речевой отрезок — текст (лат. ткань, сплетение, соединение). Он может быть представлен в устной и письменной формах. Взаимосвязи высказываний, обусловленные языковыми и неязыковыми факторами (социокультурологическими, психологическими, познавательными), определяют структуру текста, что предопределяет трактовку как единицы языка.

Текст может быть рассмотрен в событийном плане, т.е. актуализированном в речи смысловом единстве, употребленном в коммуникативной функции воздействия. Такой текст в когнитивной теории и лингвистической прагматике (современных научных направлениях, ориентированных на изучение социального познания) принято называть *дискурсом* (лат. — рассуждение или фр. — речь). Структура дискурса отличается сложностью, так как обусловлена как комплексом языковых и неязыковых факторов, так и целенаправленной функцией воздействия, актуализирующейся при помощи вербальных и невербальных средств. Вместе с тем, дискурс обладает определенными структурными характеристиками, которые поддаются моделированию в виде так называемых фреймов (англ. — каркас, рамка, структура) и сценариев (план или описание драматического действия). Благодаря смысловой целостности и структурированности дискурс может рассматриваться как *сложная единица коммуникации*.

Общность некоторых структурных характеристик языковой системы и коммуникации обусловлена структурными свойствами вербальных единиц высказываний. Специфика структуры коммуникации обусловлена разнородностью коммуникативных средств и функциональными особенностями высказываний. Помимо элементарных единиц (однословных высказываний) и минимальных единиц (не однословных высказываний), в коммуникации возможно выделение сложных единиц — дискурсов.

*Целостность* — свойство совокупности элементов функционировать как единство, в котором целое зависит от элементов, а элементы — от целого. Для системы целостность определяется ее способностью функционировать в конкретных условиях общения, т.е. обеспечивать передачу и восприятие информации, наличием вариативности (выбора коммуникативных средств, не нарушающего функционирование), онтологической однородностью коммуникативных «средств». В коммуникации, так же как и в языковой системе, целостность носит относительный характер. Это объясняется возможностью одновременного использования разнородных коммуникативных средств и единиц, а также многомерной обусловленностью выбора коммуникативных средств и способов коммуникации.

Признаки целостности коммуникации в значительной степени определяются структурой тех социумов, которые она обслуживает. Отмечено, что в так называемых формально организованных социальных структурах коммуникация характеризуется большей целостностью за счет стереотипного построения высказываний, в частности формул обращения, за счет тематической связанности дискурса. Сравните, например, особенности лексического состава высказываний, часто используемых представителями политических, общественных, финансово-экономических, военных, религиозных и др. структур. Коммуникация, наблюдаемая в неформальных общностях, представленных социально-территориальными структурами, социально-демографическими группами, характеризуется расплывчатостью

границ, смешением норм построения высказываний и индивидуальными особенностями. Вместе с тем, отмечается общая тенденция вычленив в коммуникации определенную подсистему, ориентированную на узкое функционирование. Особенно явно это проявляется в профессиональных группах и субкультурах, хотя социопсихологические причины здесь различные. Научный прогресс, как известно, предполагает как интеграцию, так и дифференциацию областей исследования. Дифференциация научных понятий и концепций отражается в дифференциации коммуникации, прежде всего за счет создания своей системы терминов. Целостность этих подсистем, которая иногда ассоциируется с «закрытостью» («язык научной элиты, военнослужащих, медицинских работников»), продиктована необходимостью экономно и адекватно осуществлять обмен информацией большого объема. Этим обусловлено появление специализированных коммуникативных систем, построенных на специализированных «языках».

Целостность подсистем, обслуживающих, например, молодежные субкультуры, обусловлена стремлением к своего рода «престижности» — социальной дистанцированности от общества. Набор слов и фраз, нарушение нормативной структуры высказываний, тематическая разорванность дискурсов — все это делает данные подсистемы действительно «закрытыми», понятными лишь для «посвященных». По этим принципам создаются подсистемы «тайных» языков — арг (фр. условный язык), обслуживающих ограниченные группы, объединяющие, как правило, антиобщественных индивидов.

На основе сравнения трех характеристик системы можно сделать вывод о том, что в системной организации языка как вербального средства общения, процесса взаимодействия людей с помощью различных коммуникативных средств, есть общие и отличительные черты. Общие: структурно-функциональные связи единиц «по горизонтали», социальная дифференциация и вариативность единиц, относительный характер целостности. Отличительные: природа и номенклатура единиц, их структурно-функциональные связи «по вертикали», одновременная реализация факторов, обуславливающих вариативность коммуникативных единиц.

## **5.2. Виды коммуникативных систем**

Специфика коммуникативных систем определяется тремя критериями: целевым назначением системы (какая информация сообщается и кому предназначается), выбором коммуникативных средств (печать, радио, телевидение, компьютер и т.д.), каналами передачи и восприятия информации (аудитивным, визуальным, аудитивно-визуальным, тактильным, возможно экстрасенсорным) и способами обмена информацией (естественными и искусственными).

В обобщенной форме можно сказать, что коммуникативные системы различаются по целевому назначению, мотивированности коммуникативных единиц и технике актуализации.

На основе названных критериев различают *естественные* и *искусственные* коммуникативные системы. Правда, чаще говорят о естественных и искусственных языках, а не о коммуникативных системах. В данном случае происходит не просто свободное варьирование терминов, а молчаливое признание того факта, что коммуникативная система предполагает соотнесенность с конкретным языком как со средством общения. Однако условия выделения естественных и искусственных коммуникативных систем различны. Если естественные коммуникативные системы вычлняются из потока речевого общения, в котором актуализируется естественный язык, то искусственно созданные коммуникативные системы строятся на основе функционального аналога естественного языка, т.е. конструкта, не обладающего всеми свойствам и функциями естественного языка. Вот почему, говоря об «искусственных языках», следует помнить, что этот термин используется условно.

К *естественным* системам относятся те, в которых используются коммуникативные средства естественного языка — слова, словосочетания, жесты, мимика, телодвижения. Они имеют национальную специфику. Такие системы характеризуются многофункциональностью, социальной дифференциацией, высокой степенью вариативности, динамикой развития и представляют различные уровни коммуникации. Одна из сильных сторон естественных вербальных коммуникативных систем — их широкий коммуникативный диапазон. Некоторые языки содержат более миллиона лексических единиц и функционируют во всех сферах общения. Будучи неоднородными по своим функционально-стилистическим свойствам, они изучаются коммуникативной лингвистикой и стилистикой. Непосредственный предмет изучения социолингвистики и социокоммуникации — социальная дифференциация. Невербальные средства коммуникации и их функционирование изучаются специальной дисциплиной — паралингвистикой.

К *искусственным* системам относятся те, в которых используются сконструированные или заимствованные из разных областей знаний символы, формулы, графы, знаки для обозначения связей и отношений элементов. Искусственные системы ориентированы на задачи общения на международном уровне, поэтому национальная специфика им не характерна. Такие коммуникативные системы подразделяются на *априорные*, *апостериорные* и *смешанные*.

*Априорные* системы создаются как независимые, без опоры на естественный язык. Таковыми являются системы, основанные на логической классификации понятий: философские языки, системы, где коммуникативными средствами служат символы, т.е. символические системы; языки математики — язык дифференциального и интегрального исчисления, язык математической логики и др. Использование буквенной

нотации и символов математических операций в Европе относится, к XVI в., несколько позже складывается символический язык химий. Элементы символических языков лингвистики создаются лишь в 30—40-х годах XX в. Помимо буквенных символов, используются звуковые символы и жесты. Например, в музыкальном языке соль-ре-сол (1817—1866 г. ю. Франции) была использована нотная азбука с соответствующими звуками, цифрами, вариантами цветового спектра. На основе жестов создавались так называемые молчаливые языки, которые обслуживают либо религиозные общины, давшие обет мотания, либо узкие профессиональные группы, заинтересованные в сохранении «пивного» кода коммуникации.

Возникновение таких специализированных языков, особенно в точных науках, объясняется стремлением преодолеть одно из онтологических свойств естественного языка — многозначность его единиц, которая не устранялась даже в коммуникации. Стремление добиться однозначного соответствия между планом выражения и планом содержания заставило создателей априорных языков отдалиться от естественных языков. В них актуализируются лишь две функции естественного языка — репрезентативная (называется или представляется какой-то объект, свойство, явление, существенные для данной области деятельности) и металингвистическая (используются символы, обозначающие научные понятия). Математический и философский «языки», кроме того, выполняя функцию, несвойственную естественному языку, служат средством логического вывода. Эти «языки» обслуживают определенные социальные группы общества для решения специальных задач и актуализируются как специализированные коммуникативные системы (подсистемы, микросистемы) *т* различных областях человеческой деятельности.

*Апостериорные* системы создаются на базе естественных языков, из которых обычно заимствуются коммуникативные средства и структура. Лексические единицы — слова них составляющие (суффиксы, префиксы, окончания) ориентированы на интернациональную лексику довольно широкого ареала, например, европейского.

Причина создания апостериорных систем — стремление найти сравнительно простое и эффективное средство для международного общения при решении специализированных задач коммуникации. Попытки воплотить эту «вавилонскую» мечту человечества восходят к античной эпохе ГУ—III вв. до н.э. В течение определенного времени функцию средства международного общения выполняли языки, застывшие в своем развитии. Так, в Европе функцию международного языка в научных и религиозных сферах общения длительное время выполняла латынь. Начиная с XVII в. стали разрабатываться проекты различных искусственных систем. Наиболее эффективным и популярным в Европе оказался язык, созданный в 1887 г. варшавским врачом Л.Л. Заменгофом, псевдоним которого «Эсперанто» стал названием этого искусственного языка. Эсперанто построен на основе интернациональной лексики, преимущественно романского происхождения, но с германскими и славянскими элементами. Грамматика его проста и

стандартизирована, графика дана на латинской основе, ударение — на втором слоге от конца. В отличие от других искусственных построений эсперанто «живет», так как видоизменяется, увеличивается его словарный состав. Этому способствует значительный объем публикаций (художественная и общественно-политическая литература, поэзия, переводы, учебники, словари и активная деятельность международных и национальных объединений эсперантистов). Неудивительно, что эсперанто претендует на статус языка.

Значительно меньшее распространение имел язык ИДО. Фактически это эсперанто, реформированный рядом ученых Франции в 1907 г. Довольно ограниченные коммуникативные функции имеют и другие искусственные системы апостериорного вида, например, окциденталь и интерлингва.

К *смешанному виду* коммуникативных систем относятся те, в которых используются элементы естественного языка и искусственно созданные элементы и связи между ними, В смешанном виде довольно четко различаются неспециализированные и специализированные коммуникативные системы. К неспециализированным языкам, которые были реализованы в практической коммуникации как средство международного общения, относится волапюк. Он был создан в 1879 г. И.М. Шлейером в Германии. Хотя в составе слов волапюка были использованы корни латыни и наиболее распространенных европейских языков, они были так видоизменены, что «узнать» их невозможно даже полиглоту. На этом языке некоторое время даже издавались газеты и журналы, но как средство международного общения он оказался непригодным. Фактически надо было изучить совершенно новый язык, что нецелесообразно.

Опыт показал, что смешанный вид коммуникативных систем не эффективен для неспециализированных целей общения, но может служить хорошей основой для создания специализированных коммуникативных систем. Наступление эпохи научно-технической революции послужило мощным стимулом для конструирования многочисленных коммуникативных систем, ориентированных на решение специальных задач. Все эти системы используют принцип, смешанных искусственно-естественных языков, т.е. наряду с символами, формулами включают и слова естественного языка. Эти системы различаются не только по набору элементов и их структурированию, но также и по своим специфическим задачам и способам функционирования, по наличию/отсутствию обратной связи, степени связанности с естественным языком и другим характеристикам\*. Обычно их рассматривают в двух группах — как *языки программирования и информационные языки*.

*Языки программирования* сложны по своей структуре, но по функциям близки к естественным языкам. Они выступают как средство символического представления алгоритмов в виде последовательных сложных действий. Сегодня известно более 600 языков программирования. Их отличительное свойство — способность к саморазвитию за счет расширения своих функций. Коммуникативная функция разных вариантов языков программирования

сначала сводилась к тому, что они служили лишь средством представления (записи) какой-либо специальной информации — программы, данной в виде последовательности отдельных команд, которые должен выполнять пользователь. В последующих вариантах коммуникативная функция служит средством символического представления, алгоритмов в виде последовательности сложных действий. Разработка программ с обратной связью позволяет осуществить коммуникацию на уровне человек — машина — человек, реализуя функции ситуативной оценки, самообучения и коррекции.

Ограниченность специализированных коммуникативных систем, созданных на базе языков программирования, привела к необходимости создания языков, ориентированных на массового пользователя. В 60-е годы прошлого столетия были созданы Алгол-60, Кобол и Фортран. Первый предназначался для программирования математических задач с логическими условиями, второй — для задач обработки планово-экономической информации, третий был ориентирован на задачи вычислительного характера. Наиболее универсальным, многоцелевым языком, сочетающим в себе ценные свойства упомянутых здесь языков, является PL-1, созданный в 1975 г. Разработанная на его основе диалоговая коммуникативная система позволяет работать в режиме человек — компьютер,

*Информационные языки* — еще одно средство коммуникации меж-человеком и машиной. Они предназначены для предоставления информации, которая вводится, хранится и обрабатывается в ЭВМ. Коммуникативные системы, построенные на базе информационных языков, носят характер автоматизированных систем, выполняющих определенные информационные задачи, а именно: накопление, хранение и поиск документов; сбор и обработка информации. В сфере управления; формулирование запросов и результатов обработки данных в форме документов. Перечисленные «машинные» «документы широко используются в управленческой деятельности наряду с традиционными документами, составленными вручную.

В зависимости от набора элементов, их комбинации и способа записи, а также конкретных задач различают синтетические, дескрипторные и классификационные языки. Более широкое распространение эвентных языков обусловлено относительной простотой их применения в технике процесса индексирования. Обычно их называют информационно-поисковыми языками, так как они актуализируются автоматизированных коммуникативных системах, основная функция которых — поиск и хранение научно-технической информации. Расширение технологических возможностей машинной обработки информации и коммуникативных сфер применения информационных языков повышает их социальную значимость как средства общения для общества в целом и отдельных его частей.

Растущая информатизация общества, продолжение научно-технического прогресса открывают большие перспективы развития коммуникативных систем. Это в первую очередь обусловлено настоятельной

необходимостью разработки таких программных систем, которые, используя резервы компьютерных технологий, могли бы передавать информацию в более четких и легко обозримых формах. Сегодня заметно усилился интерес к визуализации информации. На основе достижений информатики, когнитологии и психологии разработаны коммуникативные системы, представленные в виде различных графиков, схем, картограмм, диаграмм, позволяющих быстро воспринять информацию и вычленив необходимые детали.

### **6. Инфографика, ее информативная и художественная составляющие.**

Изображение — это одна из форм коммуникаций, играющая важную роль в презентации идей. Визуальная коммуникация обеспечивает передачу идей и конкретной информации с помощью зрительных форм, включающих знаки, символы, текст (с использованием различных приемов форматирования), элементы графического дизайна, рисунки, мультимедийные иллюстрации и др.

В середине XX века изобразительная статистика переживала времена перехода от художественного метода, основанного на пиктографических изображениях, к автоматизированному процессу визуализации данных. Популярность исследований в области семиотики в 1950–60-х гг. привела к появлению новых тенденций представления информации – функциональных, геометрически точных, обладающих логикой. Не случайно для обозначения изобразительной статистики Герберт Спенсер в 1952 г. вводит в оборот термин «деловая печать» (business printing), которым обозначает все работы, так или иначе связанные с иллюстративным представлением числовых данных. Через десять лет Ладислав Сутнар вводит понятие «информационный дизайн»<sup>1</sup>.

Но графическая статистика требовала собственной систематизации. Одним из первых к этому обратился французский картограф и теоретик семиотики Жак Бертен<sup>2</sup>. В своей работе «Семиологии графики», он показал классификацию визуальных элементов для отображения данных, показал возможности графического изображения числовых и картографических данных. Графическое представление больших массивов информации было основано на нескольких принципах. Система Бертена состоит из семи переменных визуализаций. Это: расположение, форма, ориентация, цвет, текстура, значение и размер. Эти понятия являются теоретической основой для современной визуализации информации. До сих пор его система лежит в основе представления качественных и количественных показателей статистики.

В качестве характерного примера функционального подхода в визуализации можно привести ставшую классикой карту Нью-Йоркского метрополитена 1972 г. Массимо Виньелли, вдохновлённый лондонской картой метро, разработанной Гарри Бекком в 1933 г., упростил её до предельно простой графической системы. Карта была основана на сетке с

углами поворота линий на 45 или 90 градусов. Категорическим недостатком карты было несоответствие взаимного расположения станций на схеме с их соответствующим реальным географическим положением.

Ренессансом инфографики принято считать американский опыт визуализации в журналистике. В погоне за читателем издатели газеты «USA Today», запустившие свой проект в 1982 г., одними из первых стали использовать сочетание информационной графики и текста. И уже через несколько лет газета вошла в пятёрку самых читаемых (точнее, покупаемых) изданий в Соединённых Штатах. Ключом успеха стали детально прорисованные иллюстрации, позволяющие не читать статью, а её рассматривать. Американцы быстро оценили преимущество этого способа передачи информации, улучшающего её восприятие. Возникает спрос на новые инструменты визуализации, которые стали незаменимыми помощниками графического дизайнера.

Современные дизайнеры широко используют графику для визуализации статистических данных. Однако в представлении информации можно было бы отметить преобладание многословной композиционно-разделённой продукции. словно дизайнеры занимаются поиском собственной эстетики информации. Они редко обращаются к простым и эффективным способам подачи информации. Постмодернистская система направляет представление массивов данных в русло визуального усложнения, забывая при этом, что визуальное восприятие в современном информационном потоке основывается на вычленении простых и понятных форм.

О первом опыте использования инфографических элементов заговорили в начале 80-х годов XX века, когда ежедневная американская газета «USA Today» стала использовать на страницах издания изображения. Исследователи утверждают, что инфографика «способна упростить смысл и в то же время передать всю необходимую информацию»<sup>3</sup>. Как пишет Мишель Картер, «инфографика представляет собой графические произведения, предназначенные для подачи информации в более привлекательной для читателей занимательной форме»<sup>4</sup>.

Визуализация данных — это мощный инструмент решения аналитических задач. Крупные компании отслеживают множество бизнес-показателей, но не знают, как извлечь из них пользу, не видят общей картины, проблемных мест и возможных решений. Качественная визуализация помогает бизнесу получить новую информацию о клиентах, увеличивает прибыль, наводит порядок в знаниях, привлекает внимание и убедительно доносит мысли и выводы. Изображения делают информацию более привлекательной и убедительной. Такова цель инфографики.

Когнитивной основой визуальной коммуникации является ее способность и возможность, задействуя и стимулируя активность обоих полушарий головного мозга пользователя, не только донести целевую информацию максимально эффективным способом, но и обеспечить ее усвоение.

Американский учёный Роберт Косара проводит чёткую границу между инфографикой и визуализацией данных. В частности, в своей заметке «Разница между инфографикой и визуализацией» он рассуждает: «Визуализация создаётся программой, которая может быть применена к различным наборам данных. Инфографика – это индивидуальная работа для конкретного набора данных <...> Визуализация носит общий характер, инфографика – специфический. Визуализация свободна от контекста, инфографика зависит от контекста. Визуализация (в основном) генерируется автоматически, инфографика – результат ручной работы, требующей настройки и понимания со стороны автора».

И.В. Голубятников и Н.Е. Мильчакова рассматривают инфографику шире, принимая ее как частный случай дизайн-визуализации. «Дизайн-визуализация – это художественное представление идеи дизайнера в виде изображения, медиа-объекта и т. д., воздействующее определенным образом на анализатор или систему анализаторов, акцентирующее внимание на определенные детали изображения, которые являются наиболее значимыми по замыслу дизайнера».

Что же такое инфографика? Обычно под этим термином понимается визуальное представление информации, данных и знаний. Это такие графики, в которых используется комплексная информация, необходимая для быстрого представления большого количества данных. Инфографику активно используют в совершенно разных областях, начиная от науки и статистики демографических данных и заканчивая журналистикой и образованием.

Некоторые исследователи инфографику выделяют в отдельный жанр журналистики<sup>7</sup>, а также понимают под этим термином все те графические изображения, которые являются дополнительным информационным элементом журналистского текста. Анализ периодических и Интернет-изданий показывает, что существование обоих подходов оправдано. Дело в том, что графика может самостоятельно (то есть почти без использования текста) давать необходимую информацию читательской аудитории. Примером тому служат информационные сайты. В частности, это касается сайта информационного агентства «РИА-новости». Он располагает разделом «Инфографика», где при минимальном текстовом материале основное информационно-коммуникативное сообщение реципиенту передается посредством именно изображения.

Но имеет место и другое использование графических элементов. На страницах периодических изданий при освещении тех или иных тем авторы часто прибегают к инфографике. Затрагивая в своих публикациях проблемы экономики, политики, социальные вопросы, журналисты реализуют свою мысль посредством инфографики. Например, в деловом журнале «Эксперт» мы обнаружим активное употребление диаграмм, таблиц, схем, конкретизирующих и аргументирующих основные положения статьи или интервью. При этом указанные графические изображения представляют собой дополнительный информационный компонент основного текста.

Важно отметить, что инфографику в печатных масс-медиа сложно выделить в отдельный жанр журналистики в силу специфики этого вида СМИ. Сложно представить, что большой объем газетных полос и страниц журналов будет отдаваться изображению, пусть и информационно насыщенному, а не тексту. Для формата Интернет-изданий этот способ вполне уместен и очень востребован пользователями.

Таким образом, обе точки зрения на инфографику, как на журналистский жанр и как на дополнительный информационный элемент текста имеют право на существование на современном этапе изучения данного направления.

Говоря же о современном состоянии инфографики, возникает следующий вопрос: все ли изображения в периодике можно считать инфографикой? Изображения в целом можно разделить на художественные (фотографии, рисунки) и являющиеся информационно значимыми (графики, диаграммы, таблицы, карты и др.). Фотографии в свою очередь также можно классифицировать на представляющие собственно эстетический интерес и документальные снимки, несущие определенную информацию. Нужно учитывать то, что инфографика базируется на определенных законах построения информационной графики, поэтому далеко не каждое изображение с данными можно назвать инфографикой.

Инфографика относится к визуальному типу информации, а, как известно, она лучше усваивается аудиторией, чем текстовая. Более того, психологи установили, что человек мыслит чаще всего не словами, а зрительными образами. Визуальный ряд участвует в создании стиля издания. От аналитических, общественно-политических журналов читатель ждет документальных и событийных снимков, отображающих актуальные проблемы в стране и мире; постоянная читательская аудитория деловых изданий знает, что найдет в таких журналах, как, например, «Эксперт», «Коммерсантъ. Деньги», множество таблиц, схем, графиков и диаграмм, в которых зафиксирована важная для них финансово-экономическая информация.

Таким образом, основная цель инфографики — информирование. При этом часто данный инструмент выступает в качестве дополнения к текстовой информации, которая охватывает тему в полном объеме и содержит некоторые пояснения. Если говорить о стиле передачи информации, то он может быть очень разным. Все зависит в первую очередь от того, какую цель преследует составитель, какие чувства он хочет пробудить в тех людях, которые будут наблюдать за его работой, кто является целевой аудиторией для данного изображения.

Инфографика — очень перспективное направление в журналистике. С каждым годом журналисты создают все более оригинальную и креативную инфографику: стремятся отказаться от простых по оформлению графиков и диаграмм, а синтезировать различные инфографические элементы или, например, заменять столбики при построении диаграмм теми объектами, о которых идет речь в статье. Подобные инфографические находки делают

издание не только разнообразным (цель инфографики не в том, чтобы сделать журнал красочным), но более информационно насыщенным, визуально понятным. Отдельные исследователи рассматривают инфографику и интерактивную графику как журналистский текст (Е.А. Смирнова). Так, на панельной дискуссии на международной конференции в Санкт-Петербургском университете «Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения» 24.04.2014г.-25.04.2014г. заявлена тема «Инфографика и интерактивная графика как журналистский текст»<sup>8</sup>, что еще раз подчеркивает актуальность данного исследования.

Одним из вопросов, обсуждаемых на данном мероприятии, стал вопрос о коммуникативной направленности инфографики и средствах ее воплощения. Все исследователи сходятся на том, что дизайн инфографики нельзя перегружать элементами и палитрой цветов, все это должно «работать» на информативность изображения. Только в этом случае инфографика сможет достигнуть своей основной информационно-коммуникативной цели. Это обуславливается следующим критерием: современная информационная графика позволяет не только дополнять те или иные текстовые сведения, но и создавать «свою информационную среду, которая имеет самостоятельную основу, не зависящую напрямую от текста»<sup>9</sup>. Современная инфографика позволяет уменьшать объем изданий благодаря своему лаконичному расположению информации внутри картинке. Одним словом, статистически замечено, что текст объемом более пяти страниц очень емко умещается в одно графическом рисунке.

В печатных масс-медиа инфографика представлена следующим образом: схемы; диаграммы, отражающие различные сведения из экономической жизни (они могут иметь разные формы: линейчатая и круговая, диаграмма с областями, гистограмма, график и т.д.); рисунки, которые могут выступать как сопутствующий элемент к основному тексту и в то же время иметь самостоятельный характер, порой представляя собой целые серии; коллажи, включающие в себя фрагменты фотографий и рисованные компоненты. Кроме того, в оформлении того или иного издания важную роль играют декоративные элементы инфографики, такие как логотипы, виньетки, буквицы, окантовки и т.п.

В целом же на уровне печатного издания помимо информативной инфографика выполняет еще две функции: способствует созданию стилевого единства (при условии неповторяемости) и осуществляет художественное иллюстрирование, внося явно выраженный эстетический компонент на полосы издания, тем самым создавая неповторимый облик самого издания. Наряду с этим она оказывает влияние и на доверие аудитории к конкретному СМИ, а этот фактор особенно важен для специализированных (отраслевых) печатных масс-медиа.

Существует несколько типов классификаций инфографики: *статическая* (изображение, презентация и т.д.), *динамическая* (анимационный ролик, например), *интерактивная* (веб-решения, где ты можешь выбрать параметры отображения информации).

Вершина качества инфографики — интерактивная инфографика. Она позволяет представить большой объем разношерстной информации в организованном виде, который будет удобен для просматривающего.

Также следует упомянуть такое понятие, как плотность информации (плотность данных). По этому критерию инфографику можно разделить на два типа: «ненасыщенная» и концентрированная.

Пример «ненасыщенной» или «простой» инфографики можно найти в любом номере журнала The Economist. Студия «Паровоз», классифицирует как «простой» следующий вид инфографики.

### Тема 3. Виды коммуникации. Уровни коммуникации

#### План лекции:

1. Структура коммуникативного действия.
2. Типы и уровни коммуникации.
3. Стратегия и тактика аргументации.
4. Технология визуальной репрезентации.
5. Этикет жестов.
6. Правила конструктивного слушания.

#### 1. Структура коммуникативного действия.

Элементарная единица общения - коммуникативное действие.

Структурные компоненты коммуникативного действия:

**Код** А ? В

**Контекст**

**Субъекты общения:** отдельные индивиды или группы.

**Сообщение** - информация, передаваемая от одного субъекта другому.

**Код** - система значений тех знаков, которые передаются в ходе общения от одного субъекта к другому. Это правила языка, используемые для передачи сообщения.

**Контекст** - «смысловое поле», в котором сообщение становится информативным.

Можно выделить культурно-исторический контекст, контекст групповых отношений и контекст межличностного общения.

**Культурно-исторический контекст** - это культурные традиции, нормы, ценности, символы, ритуалы, правила поведения, знание и учет которых необходимы в случае общения с людьми соответствующей культуры.

**Контекст групповых отношений** - это конкретные особенности групповых отношений, обусловленные принадлежностью людей к конкретной группе и проявляющиеся в их поведении.

**Контекст межличностного общения** - это реальный смысл, которым наделяют свои отношения их участники.

Общение, соответствующее контексту и прямо выраженное, считается явным. Другое сообщение при этом оказывается скрытым.

**Средства общения.** Различают **вербальные, невербальные и технические** средства общения.

**Вербальные** (речевые) средства - это устная и письменная речь, звучащее или написанное слово. Речь является основным средством формирования, выражения и передачи деловой информации. Кроме того, речевое поведение служит индикатором общей эрудиции, особенностей интеллекта, мотивации поведения. По особенностям речевого поведения человека можно судить о его профессии, увлечении, жизненном опыте.

К **невербальным** средствам относятся:

- Кинесические средства: мимика, жесты, пантомимика (телодвижения, позы).

- Паралингвистические средства: качество голоса, его диапазон, тональность, тембр.
- Экстралингвистические средства: паузы, смех, плач, кашель.
- «Контакт глаз»: направленность взгляда говорит о характере контакта,
- Формы телесного контакта: рукопожатия, похлопывания, объятия и др.
- Проксемические средства: пространственное расположение партнеров.
- Внешний вид участников деловой коммуникации (одежда, прическа, аксессуары и др.) и оформление офисов.
- Знаково-символические средства: логотипы, торговые марки, государственная, групповая символика, подарки т.п..
- Ритуальные (перформансные) объекты и действия.
- Технические средства: аудио- и видеотехника, компьютеры, факсы и др.

Структура коммуникативного по мнению Хабермаса, такова:

- 1) «ориентация на взаимопонимание как механизм координации действий»;
- 2) «ситуация действия и ситуация речи»;
- 3) «фон жизненного мира», задающий условия и ресурсы взаимопонимания;
- 4) «сферы референций» или «притязания высказываний на значимость»: взаимопонимание подразумевает достижение согласия на уровне знания, нормы, оценок и чувств.

В предложенной Хабермасом структуре действия довольно четко прослеживается влияние теории социального действия Парсонса.

## 2. Типы и уровни коммуникации

Коммуникация неоднородна, так как различны коммуникативные средства, их связи и отношения в структуре высказывания и способы актуализации их коммуникативной функции. Поэтому стратификация коммуникации представлена различными вариантами» в зависимости от признаков стратификации.

Выделяются следующие типы коммуникаций: *межличностная, внутригрупповая, массовая* (по степени репрезентативности аудитории); *устная и письменная* (по форме передачи информации); *аудитивная, визуальная, аудитивно-визуальная* (по каналу передачи и восприятия информации); *тактильная* (особый канал, имеющий специализированную функцию, служит способом коммуникации для людей, которые имеют болезни глаз, или для ситуативных обстоятельств общения); *естественные, искусственные и естественно-искусственные* коммуникативные системы (по характеру элементов и функции).

В конкретных коммуникативных актах перечисленные коммуникативные средства могут использоваться самостоятельно и в сочетании друг с другом. Совместное употребление свидетельствует о наличии общих функций; самостоятельное употребление говорит в пользу специфических функций; Это позволяет рассматривать всё многообразие коммуникативных средств в ином ракурсе, отличном от упомянутых выше классификаций, по уровням.

Начнем с общих характеристик коммуникативных средств: информационной, экспрессивной и прагматической (коммуникативной).

В функциональном плане коммуникативные средства равноправны, хотя и неравноценны. Они могут различаться по своей функциональной нагрузке. Функциональная *общность* коммуникативных средств позволяет рассматривать их в обобщенном плане, как знаки материально-идеального образования, которые репрезентируют реалии окружающей действительности, оценивают и предписывают мотивированность и социальные нормы общения.

Но в коммуникативных средствах наблюдаются и существенные различия. Прежде всего коммуникативные средства различаются по своей *природе* на знаки *вербальные*, или словесные — слова, словосочетания, которые образуют вербальные системы; *невербальные* — жесты, мимика, позы, телодвижения, особенности голоса (высота, громкость, тон), символы (буквенные, цифровые, изобразительные, цветные), которые образуют невербальные системы; *синтетические* — образы (сценический, кинематографический, изобразительный, музыкальный, литературно-художественный), которые соединяют в себе вербальные и невербальные знаки и образуют синтетические системы в определенных видах искусства. В конкретных ситуациях средством передачи информации служат одежда и предметы быта.

Кроме того, коммуникативные средства различаются по степени *обобщенности* передаваемой информации (смысловой, оценочной). Это неотъемлемая характеристика, влияющая на их выбор в конкретной коммуникативной ситуации.

Абстрагируясь от природных различий коммуникативных средств, можно утверждать, что все они являются знаками, поскольку выполняют основные функции и, исходя из этого, могут рассматриваться как элементы коммуникативной системы наиболее обобщающего уровня — интегративного. Выделение такой системы гносеологически и методологически целесообразно, так как позволяет выявлять общие закономерности коммуникации в одном или нескольких ареалах, в различных средах окружающего мира, а также сопоставлять разнородные системы в плане их информационной самодостаточности и избыточности, в плане функционального взаимодействия и воздействия на коммуникантов.

Таким образом, несмотря на общность функций, коммуникативные средства реализуют их по-разному: знаки — через интеграцию информационных признаков; образы — через синтезирование признаков;

слова и словосочетания — через дифференциацию; жесты — через конкретизацию; термины — через специализацию. Такое уровневое представление коммуникативных средств обусловлено их свойством передавать информацию с различной степенью обобщенности. Это свойство — существенная и неотъемлемая характеристика коммуникации вообще и социальной коммуникации в частности. Поэтому оно рассматривается как социальная характеристика коммуникации.

В отличие от уровневой организации языка, построенной на принципе строгой иерархии языковых единиц, коммуникативные уровни не предполагают последовательного включения друг в друга и свободно взаимодействуют.

Однородные коммуникативные средства образуют свои коммуникативные системы и являются предметом исследования различных наук. Знаки изучаются семиотикой; слова и словосочетания — лингвистикой; термины — металингвистикой; жесты, мимика и другие невербальные средства — паралингвистикой; образы — искусствоведением и литературоведением. В целях терминологической преемственности *уровни коммуникативных систем можно определить как семиотический, лингвистический, металингвистический, паралингвистический и синтетический.*

Семиотический (знаковый) уровень. Семиотика имеет различные толкования. В настоящее время термин «семиотика» употребляется в двух значениях: научная дисциплина, изучающая общее в строении и функционировании различных знаковых систем; система того или иного объекта, рассматриваемого с позиции семиотики как науки.

Существующие типологии признаков знаковых (семиотических) систем» способных хранить и передавать информацию, построены на разных основаниях в соответствии с пониманием общей теории знака.

Так, на основе разных взаимоотношений между означающим (формой) и означаемым (содержанием) Ч. Пирс различает три типа знаков; икона или *иконический*, действие которого основано на фактическом подобии означающего и означаемого (рисунок человека и сам человек); *индекс*, действие которого основано на реальной смежности означающего и означаемого (дым является индексом огня, бледность лица — индексом недомогания, страха); *символ*, действие которого основано на условной, установленной «по соглашению» связи означающего и означаемого (кивок головой, как правило, обозначает утвердительный ответ, за исключением болгар — у них он обозначает отрицательный ответ). Символ имеет общее значение и обозначает не отдельную вещь (предмет), а ее род.

В социологии социальный знак понимается как символ, который может быть реализован в предмете, слове, жесте, действии, образе. К символам относят различные условные знаки (эмблемы, ордена, значки, кольца), сообщающие информацию о социальном статусе индивида, его принадлежности к какому-нибудь движению, организации или группе.

Словесный знак, обозначающий определенные предметы или вещи, может функционировать как социальный символ. В этой функции он отражает социальные ценности общества, например, автомобиль как социальный символ в нашем и американском обществах.

В роли социальных символов могут выступать жесты или действия, которые «сигнализируют», сообщают информацию о социальном статусе или социальных ролях коммуникантов. Использование социально значимых символов в коммуникации в известной степени формирует ее структуру как социальную систему.

Для понимания сказанного требуется рассмотреть функциональные особенности семиотических систем. Особое внимание обратим на изучение наиболее общих семиотических закономерностей и на вычленение основных семиотических аспектов исследуемых объектов в разрезе социальной коммуникации.

Одна из семиотических закономерностей — *оппозиция*, противопоставленность знаков (символов) на основе различных признаков. Отношения противопоставленности формируют структуру как вербальной, так и невербальной систем.

Исследование этнических структур на семиотическом уровне показало, что отношения противопоставленности для них настолько актуальны, что можно выделить модели этих оппозиций, актуализирующихся в процессе социальной коммуникации. Главным противопоставлением, обусловленным социальными установками коллектива (сообщества), является различие положительного и отрицательного по отношению к коллективу и к индивиду.

Обобщенный символический характер противопоставления признаков отношений в человеческом обществе проявляется в допустимости нескольких интерпретаций. Так, противопоставление «свой — чужой» актуализировалось в трех планах. В социальном плане: «свой» символизирует принадлежность к данной социальной группе, «чужой» преимущественно означает принадлежность к другой социальной группе, но подразумевается, что между этими группами имеется соотнесенность. В эпоху христианства в рамки такой оппозиции входят «христианин — не христианин». Противопоставление может быть на основе признаков принадлежности к человеческому — «свой» и к нечеловеческому, звериному, колдовскому — «чужой».

Другой закономерностью семиотических систем является их *кумуляция*, рассматриваемая иногда в качестве их функции. Кумуляция — способность систем накапливать новые элементы знаний и соотносить их с уже имеющимися знаниями, информацией, опытом, в том числе и с опытом социальной коммуникации. Накоплению знаний способствуют семиотические модели, в обобщенном виде содержащие основные правила поведения личности» коллектива в данной коммуникативной сфере; Именно коллектив осуществляет контроль за хранением и передачей знаний (устно или письменно) в рамках типовых семиотических моделей и поддерживает их преемственность.

В семиотике по характеру соотнесенности знаков принято различать три аспекта: синтактику, семантику и прагматику. При познавательном (когнитивном) подходе к ним их содержание интерпретируется следующим образом. Синтактика дает представление о принципах построения высказывания на основе правил соотнесенности знаков, абстрагируясь от их индивидуальных свойств. Семантика связана с изучением истинности высказывания (переданной информации) и определяется не только связями внешнего и внутреннего мира человека, но и степенью мотивированности знака. Прагматика связана с изучением оценок и мнений коммуникантов, выявлением адекватности интерпретации ими языков, установок говорящего, условий использования знаков и типовой ситуации. Здесь действуют прагматические правила, согласно которым следует употреблять только сочетания и преобразования знаков, понятные и принятые в данной социальной группе. Это проявляется в их тождественной интерпретации говорящим и слушающим.

Социальная коммуникация непосредственно связана с прагматическим аспектом семиотики. Об этом свидетельствует тот факт, что именно здесь было обосновано понятие «коммуникативный знак».

Разграничивая три аспекта семиотики в когнитивном плане, необходимо помнить, что функциональном плане они взаимосвязаны и предполагают друг друга. Для адекватной передачи и восприятий информации в равной степени важны синтаксические, семантические и прагматические правила, принятые в социальной общности.

Поскольку семиотический уровень включает в себя вербальные и невербальные коммуникативные средства, вначале целесообразно рассмотреть лингвистический и металингвистический уровни, имеющие языковую основу и представляющие единый вербальный уровень с двумя подуровнями — языковым и метаязыковым.

Лингвистический (языковой) уровень. Коммуникативные средства лингвистического уровня — словесные знаки имеют вербальную природу. Слово — основная единица языка, поскольку соотносится с его тремя основными функциями — репрезентативной, экспрессивной и коммуникативной. Именно в коммуникативной функции слово выступает как коммуникативное средство, актуализируя частные функции: номинативно-дифференцирующую; эмотивно-экспрессивную (слово одновременно выражает оценку объекта с помощью эмотивных компонентов); прагматическую {слово воздействует на адресата в соответствии с коммуникативной установкой).

Для социальной коммуникации непосредственный интерес представляют способы актуализации именно коммуникативной функции слова. При этом внимание сосредотачивается на вербальных средствах, в том числе и на слове, как на коммуникативной единице (слово — речевой акт/высказывание — дискурс).

Только через речь тема и ее вербальные единицы выполняют свое коммуникативное назначение. При этом коммуникация реализуется в

конкретных коммуникативных ситуациях согласно нормам речевой деятельности, которая состоит из мотивированных действий коммуникантов. Такие действия получили название «речевых актов».

*Речевой акт* — целенаправленное речевое поведение, совершаемое в соответствии с правилами речевого поведения, принятыми в данном обществе; единица нормативного социоречевого поведения в рамках определенной коммуникативной ситуации (экзамен, прием у врача, репортаж, интервью). Для речевого акта *характерны намеренность, целеустремленность и конвенциональность* (лат.—соответствующий договору, условию). Намеренность — конкретная коммуникативная установка речевого акта; целеустремленность — стремление действовать на адресата с помощью экспрессивных средств передачи информации; конвенциональность — соответствие социоречевым нормам, принятым в данном обществе. Все перечисленные характеристики социально обусловлены, так как непосредственно связаны с социальным статусом коммуникантов и их коммуникативными ролями, с отношением говорящего к информации и партнеру. Речевой акт всегда соотнесен с лицом говорящего, социальный статус которого учитывается при передаче и восприятии информации.

Понятие *высказывания* имеет несколько теоретических интерпретаций, в пределах которых выступает коррелятом других единиц. По отношению к речевому акту как процессу, высказывание является его *вербализованным результатом, продуктом речевого действия*, по отношению к предложению как языковой информационной единице — коррелятом, функционирующим в речи. Высказывание определяется как коммуникативная единица вербального (языкового) уровня. В качестве коммуникативной единицы оно характеризуется ситуативностью, социальной обусловленностью, вариативностью, избирательностью, неустойчивостью и «эффемерностью».

В процессе коммуникации речевые акты реализуются не только в единичных высказываниях, но и в целой серии высказывании, объединенных темой и ситуацией общения. Последовательность речевых актов составляет связную речь — так называемый *дискурс*, т.е. фактически «творимый» в речи связный текст, рассматриваемый в событийном плане, в котором актуализируются не только языковые факторы (правила сочетаемости слов и последовательности высказываний, их интонационное оформление, формы переспроса, перебивания партнера, виды реакции на вопрос и т.п.), но и неязыковые. В дискурсе актуализируются невербальные средства, правила речевого этикета. Социальную коммуникацию дискурс интересует прежде всего как речевое произведение! в рамках которого осуществляется передача, восприятие и обмен информацией, а также реализуется коммуникативное взаимодействие индивидов как членов определенного социума. По сравнению с высказыванием, дискурс представляется более сложным речевым произведением, в котором наряду с частными коммуникативными установками содержится стратегическая коммуникативная установка. По этому признаку (признаку интенции) строится трехчастная типология

дискурсов, выделяются комплиментарный, координирующий, компетитивный типы.

### 3. Стратегия и тактика аргументации.

*Стратегия аргументации* определяется коммуникативным намерением, целью — убедить, победить, достичь согласия, самоутвердиться и т.д. и строится на основе выбора принципа коммуникации, стиля общения и коммуникативной мзде наиболее адекватной конкретной ситуации. Стратегическими принципами аргументации выступают законы логики, правила рассуждения.

Первый шаг к построению стратегии аргументирования собственной позиции — диагностика коммуникационного процесса. При этом определяется принцип коммуникации и выбирается стиль общения.

*Психотехнический принцип* - принцип гуманистической психологии, согласно которому субъекты общения рассматриваются как единое целое, образующее конкретную ситуацию. Главной целью коммуникативного процесса в данном случае выступает владение ситуацией.

Методы обращения с людьми, приведенные ниже, отвечают психотехническому принципу коммуникации:

1) *не критиковать*, потому что критика бесполезна: она заставляет человека обороняться, занимать агрессивную позицию, оправдывать себя. В 99 случаях из 100 люди себя ни в чем не обвиняют, даже если они не правы.

2) *уважать чувство собственного достоинства человека*.

3) *владеть ситуацией общения* настолько, чтобы побуждать человека хотеть сделать то, что в данном случае необходимо.

*Технологический принцип коммуникации*. Рассматриваемый принцип в качестве главного метода предполагает манипуляцию объектами коммуникации с помощью тех или иных средств воздействия (средств массовой информации, психологического давления, гипноза, внушения). В подсознании субъекта коммуникации сохраняется установка избранность (Я-это совсем другое дело). Целью коммуникации в данном случае может быть формирование модели принятия решения или стратегии поведения.

Вступая в общение, нужно выявить: что является главной характеристикой коммуникации, за что бороться, чем поступиться и каких пределов можно отступить, не нарушая сформулированных принципов.

Общим критерием делового стиля общения выступает разведение принципов «по существу» или «по форме», что определяет общую стратегию коммуникации. В зависимости от преобладающей линии поведения выделяют: конструктивный стиль делового общения, ориентированный на оптимальный учет интересов субъектов коммуникации; силовой стиль, для которого характерна тактика давления, подчинения позиций какой-то одной, приоритетной; при этом разновидностью силового стиля являются конфликтные стили — борьба и конфронтация; мягкий стиль, ориентированный на сотрудничество, характеризуется компромиссами, маневрами, конвенциями.

*Тактика аргументации* — способ наиболее эффективной подачи аргументов, формы реакции на контраргументы противника, приемы и методы достижения стратегической цели аргументации.

Корректные тактические приемы:

- создание трудностей оппоненту;
- концентрация аргументов — накопление в поле аргументации таких доводов, которые независимо от других поддерживает собственный тезис и опровергают тезис противника;
- перекладывание тягот доказательства на плечи оппонента. В наименее выгодной положении оказывается тот, кто вынужден больше доказывать, поскольку это приводит к растрачиванию аргументов, делает позицию более открытой для критики;

-возражение оппоненту не должно быть поспешным.

*Некорректные тактические приемы:*

- уклонение от темы;
- аргумент к личности — угрозы, инсинуации, намеки, разоблачения;
- демонстрация силы — угроза закрыть обсуждение вопроса.

Стратегия и тактика аргументации составляют основные деловой коммуникации. При этом следование корректным тактическим приемам в процессе аргументирования собственной позиции, предполагающим уважение чувства собственного достоинств оппонента, составляет основу конструктивного стиля аргументации.

#### **4. Этикет жестов.**

Необходимой частью *имиджа личности* являются **жесты, мимика, движение, позы**. Часто именно они показывают истинное лицо человека даже тогда, когда он сам этого не хочет, поскольку с их помощью можно сказать гораздо больше, чем словами.

Еще Цицерон говорил своим ученикам: «Все движения души должны сопровождаться жестами: кисти рук, пальцев, всей руки, протянутой вперед; ноги, ударяющей о землю; особенно богата мимика глаз. Жесты подобны языку тела, который понимают даже дикари и варвары».

Специалисты утверждают, что если с помощью слов передается 7% информации, с помощью звуковых средств (тон голоса, громкость речи и т.п.) – 38%, то с помощью мимики, жестов, позы – 55%. Иными словами, не столь значимо, *что* говорится, а *как* это говорится и *что* при этом *делается*. Наверное, каждый может вспомнить, как он сам прибежал к красноречивым взглядам и жестам или «читал» ответ на лице собеседника. И если говорит человек одно, а на лице у него написано другое, то большего доверия заслуживает выражение его лица.

Учитывая это, необходимо в процессе общения, с одной стороны, контролировать свои движения и мимику, с другой – уметь «читать» реакцию партнера. Для этого полезно знать язык мимики и жестов. Их смысл не всегда бывает одинаковым: необходимо учитывать общую атмосферу беседы, ее содержание.

Особенно значимы поза, взгляд, улыбка человека *в первые минуты знакомства*. Еще не произнесено ни единого слова, а первая оценка собеседника уже получена. Изменить ее впоследствии бывает очень трудно. Что же наиболее существенно в этот начальный момент общения? Прежде всего, необходимо показать *заинтересованность* в предстоящей беседе, *открытость и готовность* к общению. Поведение, как уже говорилось, должно быть естественным, но от некоторых привычек все же следует отказаться.

Не следует принимать позу, характеризующую *закрытость и агрессивность*: насупленные брови, наклоненная вперед голова, широко расставленные на краю стола локти, сжатые в кулак или сцепленные пальцы. Не надевайте очки с затемненными стеклами, особенно при первом знакомстве. Не видя глаз собеседника, партнер может чувствовать себя неловко, поскольку значительная доля информации оказывается ему недоступной, и тогда доверительная атмосфера в общении может не возникнуть.

Присаживаясь и поднимаясь со стула, не производите шума. Стул не двигают по полу, а переставляют, взявшись за спинку. Не садитесь на край стула, не раскачивайтесь на нем. Привычки машинально качать ногой, ерзать на стуле, постукивать по ножке каблуком могут быть восприняты как невнимание или нежелание продолжать разговор. Во время беседы сидеть лучше всего прямо, не наклоняясь и не откидываясь назад, не облокачиваясь на стол. Для сидящей женщины наиболее приемлемая поза – колени вместе, ступни одна возле другой, голени повернуты слегка наискосок.

Скрещивание рук на груди в принципе допустимо, но этот жест может быть воспринят собеседником как недовольство или желание прекратить разговор. Поднятые плечи или втянутая голова означают напряженность, производят впечатление замкнутости. Подпирать голову рукой при разговоре некрасиво. Это может означать скуку или усталость. Для расположения собеседника лучше всего склонить голову набок. Это создает впечатление, что человек внимательно слушает. В то же время, не стоит делать того, что может быть расценено, как затягивание времени, попытка уйти от ответа (закуривать сигарету, протирать стекла очков).

**Позы** участников беседы отражают их положение: реальное или психологическое равенство или зависимость. Иногда собеседники занимают равное положение, но один из них стремится показать свое превосходство, или, напротив, готовность подчиняться, что может и не совпадать со статусом участников.

Допустим, один из собеседников присел на краешек стула, положив руки на колени, другой – развалился, небрежно закинув ногу на ногу. Взаимоотношения этих людей легко «прочитываются», даже если не слышно, о чем идет речь: второй полагает себя хозяином положения, первый – подчиняющимся (при этом неважно истинное соотношение занимаемых ими позиций).

О стремлении быть главным, ведущим в беседе могут свидетельствовать такие позы: одна рука на бедре, другая опирается на косяк двери или стенку, или голова чуть приподнята, руки сложены у талии. При желании же подчеркнуть согласие с партнером можно наблюдать своеобразное копирование его жестов. Так, если при дружеской беседе один из партнеров сидит, подперев голову рукой, то другой почти автоматически делает то же самое, как бы сообщая: «Я такой же, как и ты».

**Жесты** весьма информативны. Они могут быть сигналом к окончанию встречи (например, готовность одного из партнеров встать из-за стола – корпус чуть наклонен вперед, при этом руки опираются на что-либо) или иметь прямо противоположное значение и свидетельствовать о заинтересованности в беседе (рука находится под щекой, но не подпирает ее).

Выделяется четыре типа жестов в зависимости от их предназначения. Первый тип – *жесты-символы*.

К ним относится, например, довольно распространенный сегодня американский символ «О'К», передающийся с помощью большого и указательного пальцев, сложенных буквой «О», и означающий: «все хорошо», «все в порядке». Или известный всем знак победы, «виктории» – в виде латинской буквы V. Впервые его употребил во время второй мировой войны У. Черчилль, подняв вверх указательный и средний пальцы. Но оказывается, знак победы можно показывать и по-другому, например, отогнув указательный и большой пальцы. Джорж Буш на трибуне Белого дома сделал знак победы из указательного пальца и мизинца (интересно, что такие «рога» могут иметь значение «быть рогоносцем»).

Вообще жесты-символы в большой степени ограничены рамками той или иной культуры. Так, жест-символ, значимый в одной культуре, в другой может отсутствовать вовсе.

Например, в ряде провинций Китая традиционный для россиян поцелуй расценивается не иначе как отвратительное поведение и даже преследуется по закону. Правда, речь идет лишь о поцелуе в губы.

Кроме того, в различных странах и культурах для обозначения одних и тех же понятий используются разные жесты-символы.

В Индонезии, чтобы продемонстрировать свои чувства любимой девушке, любимый должен...перегрызть ей брови. Причем не щипцами, а именно зубами. Жители острова Бали взаимные симпатии проявляют долгим стоянием друг против друга. Считается, что таким способом объекты обожания как бы растворяются друг в друге. У австралийских же аборигенов мужчине достаточно запустить руку подмышку возлюбленной, затем поднести пальцы к собственному носу: «Принимаю тебя вместе с твоим запахом», – означает сей странный для нас жест.

По-разному, например, приветствуют друг друга в разных странах. Египтянин отдаст вам честь, прикладывая ладонь ко лбу, эскимос ударит по голове и плечам, лапландец потрется своим носом о ваш, самоанец обнюхает вас, а полинезиец, обняв вас, потрет вам спину. Все это – обычаи приветствия. В былые времена китайцы, встречая друг друга, пожимали

руки...самим себе. В наши дни этим жестом политические и государственные деятели приветствуют народные массы.

Или: чтобы показать самоубийственность того или иного действия или решения, американцы приставляют один или два пальца к голове, как бы показывая пистолет, в Новой Гвинее проводят рукой по горлу, а японцы делают энергичное движение рукой, зажатой в кулак.

Не во всех странах жесты «да» и «нет» совпадают с нашими. В арабских странах, что-то отрицая, отклоняют голову назад и прищелкивают языком. В Японии покачивают кистью руки. В Болгарии кивают головой, как у нас для обозначения согласия.

Наконец, один и тот же жест может иметь разные смыслы.

Так, в некоторых арабских странах проведение по зубам ногтем большого пальца символизирует ограниченные финансовые возможности. В других же подобный жест выражает категорическое несогласие.

Невзначай прикоснувшись к мочке уха, вы можете нанести оскорбление испанцу. Помимо испанцев, вы заденете честь грека, мальтийца и итальянца. Лишь португальцы прикосновением к уху хотят показать, что не расслышали сказанного.

Если вы захотите обидеть голландца, приложив указательный палец к виску, как это делается у нас, то встретите обратную реакцию, так как отметите этим жестом большой ум собеседника.

Если вы приложите указательный палец к веку, для итальянца это будет означать проявление доброжелательности, для испанца – недоверие, француз посчитает, что его принимают за лжеца, саудовец поймет, что кого-то вы принимаете за дурака, а сеньорита из Южной Америки подумает, что вы имеете на нее виды.

Второй тип жестов – *жесты-иллюстраторы*, используемые для пояснения сказанного, усиливающие и подчеркивающие ключевые моменты сообщения, в результате чего они лучше запоминаются. Наиболее типичный пример – указание направления рукой. Но жестикуляция не должна быть слишком интенсивной, иначе собеседники могут почувствовать себя неловко, хотя и не понимают причину своего неудобства и раздражения.

Третью группу составляют *жесты-регуляторы*, играющие важную роль в начале и в конце беседы. Один из таких жестов – *рукопожатие*. Это традиционная и древнейшая форма приветствия. Она говорит о многом, в частности, о дружелюбии и готовности к контакту. Важны интенсивность и длительность рукопожатия. Так, короткое вялое рукопожатие и очень сухие руки могут свидетельствовать о безразличии. Влажные руки говорят о сильном волнении. Долгое рукопожатие, сопровождаемое улыбкой, приветливым взглядом, демонстрирует дружелюбие. Но не стоит слишком долго задерживать руку собеседника – это вызывает смущение.

К жестам-регуляторам относится *дистанция* между партнерами.

Американцы, например, как и англичане, при разговоре предпочитают находиться на расстоянии вытянутой руки, немцу такое расстояние

покажется явно недостаточным и он отступит на полшага назад. Напротив, итальянец и саудовец постараются сделать полшага вперед.

Четвертую группу составляют *жесты-адапторы*, сопровождающие обычно наши чувства и эмоции. Они напоминают детские реакции и проявляются в ситуациях стресса, волнения, переживания. Так, если человек расстроен, он может тереть мочку уха или одежду, а в затруднительных ситуациях чесывать затылок.

Огромную роль в общении играет *мимика* – выражение лица человека. Но, пожалуй, наиболее универсальное из мимических средств общения – *улыбка*. Улыбка выражает радость встречи, говорит о дружелюбии и расположении, сопровождает слова приветствия. Некоторые психологи считают, что мы улыбаемся не только потому, что рады чему-либо, но и потому, что улыбка помогает нам чувствовать себя лучше и увереннее. Поэтому, как говорит герой фильма «Тот самый Мюнхгаузен» – «Улыбайтесь, господа...»

Другое сильнейшее «оружие» общения – *взгляд*. Он может быть жестким, колючим, добрым, радостным, враждебным и т.д.

Небольшая задержка взгляда на собеседнике, особенно в конце встречи или в наиболее острые моменты, может означать: «Я доверяю вам» (при этом взгляд сопровождается небольшим кивком), или, «я не боюсь вас». Слишком частый отвод взгляда в сторону может свидетельствовать о том, что человек нервничает, или разговор его мало интересует, и он старается его закончить.

Таким образом, жесты, мимика, интонация, улыбка, взгляд являются важными компонентами общения. Овладение ими помогает лучше разбираться в людях и их отношении к нам, а также поддерживать и устанавливать дружеские контакты.

Но, конечно, хорошие манеры, как и позы, мимика, не могут проявляться всегда одинаково. В одних обстоятельствах им следуют очень строго, в других – менее строго. Следует найти меру, чтобы не выглядеть неестественной куклой или истуканом. Для этого не надо запоминать сотни правил, достаточно одного – *уважительно относиться к другим*. Ведь в основе всех хороших манер лежит забота о том, чтобы человек не мешал другому человеку – за столом, на улице, в общественных местах, чтобы все чувствовали себя хорошо. Воспитывать в себе нужно не столько манеры, сколько то, что выражается в манерах: бережное отношение к миру, к людям, к природе, вещам. Тем более, что *знание правил этикет*, а не является гарантией *правильного поведения*. Безукоризненное поведение выработает лишь тот, кто следует принятым в обществе правилам хорошего тона не только в исключительных обстоятельствах, «на людях», но и в обыденной жизни.

Поэтому помните *важнейшие правила современного этикета*:

- будьте любезны, приветливы, доброжелательны;
- интересуйтесь другими, а не только собой;
- делайте все вовремя;
- говорите и пишите грамотно;

– одевайтесь со вкусом, соответственно случаю.  
О последнем требовании поговорим отдельно.

### Правила конструктивного слушания

Конструктивное общение - это способность донести до собеседника свои мысли объективно, без каких-либо оценочных суждений, с уважением к чужой точке зрения. Проще говоря, это умение говорить, слушать, а главное - слышать своего оппонента. При этом важно управлять своими эмоциями, не проявляя бурной реакции на сказанное собеседником.

Если вы чувствуете напряженность в общении с окружающими и практически ежедневно попадаете в конфликтные ситуации, значит, вам нужно внимательнее относиться к такой категории, как культура общения. Приготовьтесь к тому, что вам придется пересмотреть ряд нравственно-этических ценностей, а также приобрести некоторые полезные навыки.

Конструктивное общение - это не так сложно, как может показаться. Тем не менее, сами того не замечая, люди могут создавать препятствия для содержательного диалога. Ключевые негативные факторы в общении можно описать следующим образом:

- Оценочное суждение о ситуации или личности. Вы никогда не можете быть до конца уверены в том, что собеседник полностью разделяет ваши взгляды. Именно поэтому важно говорить фактами, не приводя аргументы за или против.
- Слова, обозначающие долженствование. Говоря человеку "ты должен...", вы заранее настраиваете его против себя. Никому не нравится подчиняться. Говорите с человеком так, чтобы он сам захотел исполнить ваше пожелание.
- Назойливые вопросы. Если человек не хочет раскрывать вам какую-то информацию, не стоит устраивать ему допрос. Это не приведет к успеху, зато может стать причиной серьезного конфликта.
- Диагностика мотивов поведения. Не пытайтесь убедить человека в том, что он поступает определенным образом по каким-то конкретным причинам. "Ты боишься", "ты ревнуешь" и прочие фразы, даже если они правдивы, могут обидеть собеседника и вызвать в нем приступ агрессии.
- Отрицание проблемы. Даже если вам ситуация кажется пустяковой, для вашего собеседника она может иметь определяющее значение. Имейте уважение к чужим переживаниям.
- Переход на другую тему. Даже если вам жутко неинтересно то, о чем говорит собеседник, не стоит менять вектор беседы. Это нетактично и обидно.
- Соревновательный момент. Нередко, слушая о чьих-то успехах и достижениях, люди пытаются переплюнуть собеседника, демонстрируя свое превосходство. Это характеризует человека не лучшим образом.
- Приказной тон. "Сделай", "принеси", "скажи" и другие слова в побудительном наклонении настраивают собеседника против вас и

накаляют обстановку. Все, чего вы хотите добиться от оппонента, должно иметь форму просьбы.

Общение с людьми не всегда бывает конструктивным. Препятствием на пути к продуктивному диалогу могут стать такие факторы:

- Обсуждение прошлого. Даже если проблема была актуальна не ранее чем вчера, к ней уже не стоит возвращаться. Произошедшие события невозможно изменить, но они нередко становятся причиной конфликтов. Обратиться к прошлому можно лишь в том случае, если имеющийся опыт поможет в решении нынешних проблем.

- Неправильный выбор собеседника. Порой человек начинает обсуждать проблемный вопрос с тем, кто никоим образом не может поспособствовать его решению. Бессилие собеседника в данном вопросе может быть воспринято агрессивно, а потому конфликт на данной почве неизбежен.

- Попытка изменить окружающих. Если у вас есть конкретная проблема, то вы должны сосредоточиться на ее устранении, а не на попытках перестроить своего собеседника.

## **Модуль 2 (М-2)**

### **СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМИРОВАНИЕ БЛАГОПРИЯТНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ**

#### **Тема 4. Социально-коммуникативные технологии и формирование поведенческой гибкости**

##### **План лекции**

1. Моделирование как феномен
2. Синтоническая модель общения.
3. Трансактный анализ Э. Берна.
4. Теория обмена.
5. Теория символического интеракционизма в управлении.
6. Теория управления впечатлениями.

#### **1. Моделирование как феномен**

В связи с масштабностью феномена коммуникации для лучшего понимания этого явления в современных научных исследованиях активно используется моделирование.

Моделирование как процесс построения реально существующих объектов (процессов, явлений) и исследование этих феноменов на их моделях сегодня в определенном смысле приобретает эпистемологическую природу и становится синонимом познания.

При этом системное моделирование трактуется как обладающая двоякой гносеологической характеристикой *форма исследования*, где

предмет моделирования рассматривается как система и сам модельный познавательный процесс расчленяется на систему моделей, каждая из которых отображает многоаспектный срез моделируемой системы, а все вместе дают ее «интегративное», интердисциплинарное представление.

Исходя из этой двойственной природы системного моделирования, можно сформулировать принципы модельного познания, к которым могут быть отнесены следующие.

1. *Принцип объективного соответствия* формы модели оригиналу, налагая ограничения на творческую активность моделирующего субъекта, означает, что построение и выбор модели не могут быть произвольными актами субъективной природы. Это обусловлено тем, что детерминантом самого процесса моделирования является объективно осознаваемая структура того фрагмента реальности, закономерности функционирования которого исследователь пытается обнаружить в модели.

2. *Принцип экстраполяции* модельной информации — перенос информации, полученной на существенно более простой, чем реальный объект, модели, на сам оригинал.

3. *Принцип верифицируемости* модельной информации предполагает, что вместе с формированием модели вырабатываются все усложняющиеся способы ее формализации и проверки на адекватность. В противном случае, при игнорировании этого принципа, модельная информация лишится ее главного свойства — служить инструментом прогнозирования поведения и управления системой в данных условиях, при заданных целях и определенных ограничениях.

Рассматривая системный анализ (совокупность методов и средств, используемых при исследовании и конструировании сложных и сверхсложных объектов) как методологию, основанную на принципах когнитивной структуризации, можно выделить несколько этапов, следуя которым можно последовательно и системно разработать модель анализируемого объекта (системы):

1. Формулировка основных целей и задач исследования.
2. Определение границ системы, «изолирующих» ее от внешней среды.
3. Установление функций системы.
4. Таксономия элементов системы (структурных подсистем, определяющих факторов, переменных и т. д.).
5. Определение функций элементов системы и анализ взаимосвязей структурных подсистем.
6. Согласование функций системы и ее подсистем.
7. Проектирование структуры системы.
8. Анализ явлений эмерджентности.
9. Конструирование системной модели.

Естественно, содержание каждого этапа допускает различные трактовки, да и сам алгоритм действий может быть подвержен коррекции.

Следует учитывать, что природа моделируемых объектов может быть весьма различной. Так, Дж. ван Гиг [1981] указывает, что общая теория систем развивается по двум направлениям: теории «жестких» и «мягких» систем. Первое из них основывается на подходах физико-математических наук и требует строгих количественных построений, основанных на дедуктивном методе.

Второе направление (теория мягких систем) рассматривает системы, которые могут адаптироваться к условиям внешней среды, сохраняя при этом свои характерные особенности. Мягкие системы, относящиеся к области биологических, психологических и общественных наук, подвергаясь долговременным изменениям, сохраняют свою внутреннюю сущность и способность к развитию.

Методология мягких систем получила развитие в трудах П. Чеклэнда [Checland 1988], который выделил две альтернативные парадигмы, объясняющие природу и значение системного мышления (изучение действительности как системы, сотворенной природой или человеком, и анализ «слабоструктурированной» действительности, допускающий различные интерпретации одного объекта).

Такая методология предполагает (по П. Чеклэнду) конструирование сразу нескольких адекватных моделей, описывающих различные картины мира участниками аналитического процесса, а «фактор субъекта» (человеческое измерение) играет заметную, если не главную роль. Весьма существен здесь момент неединственности представления одной и той же сущности. (Ср. модельный аспект репрезентации М. Вартофского [1988]). Такой методологический подход синтезирует системный и когнитивный факторы и, являясь универсальным научным инструментарием понимания функционирования сложных систем, основывается на принципах когнитологии как междисциплинарного научного направления, включающим в себя философию (теорию познания), когнитивную психологию, нейропсихологию, антропологию, лингвистику и теорию искусственного интеллекта. При этом возникает проблема определения степени влияния такой сложной системы, как человек, на содержательные характеристики и, более широко, на целостность и эффективность функционирования какой-либо системы. Другими словами, может ли человек контролировать процессы, происходящие в различного рода системах, властен ли он подчинять себе полностью развитие сложной системы? Так, К. Майнцер однозначно отвергает претензии человека на всевластие, считая его лишь равноправной сложной системой в ряду других систем. Это, по его мнению, объясняется тем, что человеческие действия линейны, то есть направлены к единственной частной цели, свойственной лишь одной «системе» – человеку. Однако системы, над которыми последний стремится установить контроль, развиваются по собственным законам, и флуктуации, обеспечивающие новые пути развития системы, создаются как человеком, так и другими системами. Самоорганизация – вот объяснение самостоятельности, свободы системы

по отношению к человеку. К. Майнцер демонстрирует свое утверждение на примере миграции населения, движение которой «зависит от индивидуальных и коллективных взаимодействий» [Майнцер 1988: 55].

Противоположная точка зрения представлена в работе В. Г. Афанасьева «Системность и общество». Исследователь определяет «организаторскую деятельность людей» как «важный системообразующий фактор» [Афанасьев 1980: 123]. Цель всеобщего системного движения – достижение, по мнению В. Г. Афанасьева, «идеала всеобщей коммуникации» [там же: 211], который заключается в снятии противостояния между системами, в достижении общности их концептуального содержания. Однако можно предполагать, что достижение поставленной цели невозможно, так как в случае реализации намеченного пути каждой отдельно взятой системы окажется завершенным, движение остановленным и явления, противопоставленно организованные в системы и подсистемы различных уровней, перестанут существовать.

Системой считается любой объект, представляющий собой множество закономерно связанных друг с другом элементов и имеющий свойства целостного образования. В философском аспекте система — обособленная сознанием часть реальности, элементы которой обнаруживают свою общность в процессе взаимодействия [Данилов-Данильян, Рыбкин 1982].

В науке, в зависимости от принятого уровня абстрагирования, термин *система* также дефинируется по-разному: как комплекс элементов, находящихся во взаимодействии; как специфический способ организации знаний о реальности; как форма представления предмета научного познания и др. [Агошкова Е.Б., Ахлибининский 1998].

Одним из эффективных способов анализа систем любого уровня сложности является системное моделирование.

Современные исследования в сфере социальных наук позволяют указать следующие основные системы жизнеобеспечения социума как организма: *базисные культурные сценарии и картины мира* (для сознания социума), *социальные институты* (социальную организацию), *сфера образования и воспитания* (воспроизводство, выделывание «человеческого материала»), *хозяйство и экономику* (производство, распределение, разного рода обмена и т. п.), *власть* (способы соединения человека с системами управления), *общество* (сферу, определяющую отношение человека ко всем остальным социальным процессам) [Розин 2005: 233—237].

В методологическом аспекте можно говорить о двух разных подходах. Первый, «редукционистский», характерен, прежде всего, для идеологов синергетики и состоит в том, что они конструируют новые идеальные объекты и стратегии познания (Э. Морен, И. Пригожин, Е. Князева, О. Баксанский и Е. Кучер, В. Аршинов и В. Буданов, А. Назаретян) и затем описывают (объясняют) с их помощью те или иные явления, чтобы продемонстрировать эффективность своих построений. При

этом осуществляется принципиальная редукция основных смыслов этих явлений к построенным конструкциям.

Другой подход, используемый главным образом философами и методологами социальных наук, предполагает движение в двух плоскостях: один задается самим предметом (философией и методологией) другой - «массивами» тех структур, которые создаются в первом подходе или в других дисциплинах (его можно трактовать как «предметно-эвристический»). В этом контексте уже нельзя говорить о редукции, так как результатом исследования являются новые понятия, созданные на основе конфигурирования и компиляции традиционных и порождения новых интеллектуально-умозрительных конструкций.

Системный подход сформировался сначала в философии (Э. Б. де Кондильяк «Трактат о системах» и И. Кант «Критика чистого разума»), затем в химии, биологии и только потом в социальных науках. С одной стороны, понятия системно-структурного языка использовались как эвристические (методологические) схемы в задачах своеобразного проектирования теории изучаемого сложного явления, с другой — как средства связи (конфигурирования) разных предметов и уровней описания этого явления. При построении системно-структурных понятий использовались отрефлексированные образцы исследований и мышления в соответствующих областях (философия, химия, биология, социология). Эти образцы описывались, конструктивизировались и операционализировались, то есть превращались в конструкции самостоятельных идеальных объектов, оторванных от исходных эмпирических ситуаций и отнесенных к новой особой реальности, которую «задавал» системный подход.

Далее такие конструкции начинали жить по логике этой реальности; это означало, что системно-структурные понятия используются в двух указанных целях (как проектные эвристики и средства конфигурирования) и подчиняются онтологическим ограничениям, установленным в ходе конструктивизации и операционализации. Так, говоря о системе, связях, подсистемах и других системно-структурных представлениях, исследователь всегда пользуется онтологическими образами-конструкциями. Характеристики объекта обычно фиксируются при снятии ряда свойств соответствующих исходных предметных областей, переведенных в свойства *идеальных объектов* системно-структурного языка.

Однако, что не менее важно, представления системно-структурного языка часто используются за пределами исходных предметных областей. Как, например, это происходит в синергетике или когнитологии. Здесь исследователь, считая, что понятие системы, модели и т. д. интерпретирует изучаемый объект со всеми его свойствами, зачастую ошибается. На самом деле эти понятия лишь только определяют стратегии интеллектуального проектирования и конфигурирования исследуемых структур в некоей «эфемерной» форме системно-структурных конструкций.

Таким образом, любая модель процесса или явления есть не что иное, как редукция системно-синергетического представления исследуемого объекта, позволяющая ученому представить функционирование (протекание) данного объекта (процесса) в реальной ситуации на имитационном уровне. Модель – это схема процесса (явления) как инвариант, предполагающая реализацию всех возможных конфигураций в прагматическом и потенциальном аспектах.

Отсюда следует, что система — это не просто объект изучения в конкретных науках, а *особая методология и стратегия мышления*, в рамках которой исследователь «существует» в плоскости своего предмета (философского, естественно-научного, гуманитарного, социального), стараясь «зафиксировать» все необходимые для решения познавательных задач характеристики изучаемого явления и при этом избежать редукции в плане анализа системно-структурных характеристик объекта исследования.

Системная методология - это совокупность связанных между собой методов изучения реляционных свойств различных классов систем и решение системных проблем [Клир 1983: 64]. Системный подход является своеобразным инструментом для исследования онтологии любого коммуникативного процесса, так как «бессистемная» речевая деятельность была бы невозможна: каждое новое высказывание, созданное продуцентом речи без учета закономерностей порождения и оформления мысли, оказывалось бы непонятным реципиенту. В этом контексте важной представляется точка зрения Д. А. Штелинга, который отмечает, что только единство системно-структурного и функционального подходов к языку может обеспечить описание его как орудия порождения речи

Динамический процесс восприятия текста реципиентом может быть описан следующей схемой: элементы текста воспринимаются аудиовизуальными рецепторами и, преобразованные на основе внутреннего кода, транслируются в кратковременную память реципиента. С другой стороны, туда же поступают из долговременной памяти данные о предшествующем языковом опыте личности. Сопоставление этих двух информационных потоков позволяет реципиенту сначала опознать слова, то есть идентифицировать последовательность текстовых элементов как слова, затем приписать этим словам соответствующие значения (то есть осмыслить их). Параллельно, вызывая из долговременной в кратковременную память грамматическую информацию, реципиент устанавливает связи внутри предложения и, на этой основе, осмысливает содержание предложения. Таким образом, в кратковременной памяти в каждый данный интервал времени «присутствует» лишь относительно небольшое количество слов текста, актуализируемых реципиентом. При перцепции последующих отрезков текста предыдущая информация транслируется в долговременную.

В тексте как продукте речевой деятельности в качестве своеобразных «пространств смыслов» (ментальных окон – см. [Recanati 1996]) – выступают семантические поля, которые обуславливают наличие

доминантного варианта развития системы (текста) во времени. Логически определенная последовательность семантических полей, как правило, эксплицируется в материи текста, обеспечивая его когезию. При этом реципиент, воспринимая текст, выделяет в нем элементы (кванты информации), создающие в его ментальной системе временные состояния относительной устойчивости, стабильности, «цепочка» которых и является преимущественным направлением системы смыслов. В целом, этот процесс можно рассматривать как реализацию модели структурного детерминизма П. Горрелла [Gorrell 1994] в виде фразового дерева на уровне высказываний в ходе дискурсивного взаимодействия субъектов речевого общения.

Если рассматривать восприятие текста (продукта дискурса) как процесс обратный процессу порождения речи, то можно говорить о том, что со структурной точки зрения задача носителя языка при этом состоит в «свертывании» линейной структуры текста в некую модель, которую О.Л. Каменская называет С - моделью [Каменская 1990: 126]. Основные фазы процесса восприятия (фаза «мотивации», интенция, фаза «понимания») характеризуют речемыслительную деятельность реципиента.

Побудительный мотив к восприятию текста в дискурсивной практике реципиентом формируется как решение одной из частных задач того или иного некоммуникативного действия. Этот мотив обычно включает более или менее осознанное представление о той отрасли знания, к которой должен принадлежать предполагаемый текст, и эксплицируется в сознании реципиента как необходимость получения некоторой информации, отсутствующей у него на момент времени формирования мотива к восприятию текста: мотивация к восприятию текста осознается как необходимость заполнения «информационного вакуума», удовлетворения некоторой информационной потребности в рамках целенаправленного действия, присущего, обычно, другому (некоммуникативному) виду деятельности.

Информационно-содержательный и пространственно-временной компоненты текста обеспечивают содержательную сторону воспринимаемой информации в экстралингвистическом «окружении», что, в свою очередь, дает возможность реципиенту антиципационно программировать процесс «предъявления» информации, содержащейся в тексте.

Процесс восприятия речи состоит из двух основных подпроцессов, следующих параллельно, но с некоторым, как правило, очень малым временным сдвигом (запаздыванием) один относительно другого. Это, в частности, отмечает Н. И. Жинкин: «При декодировании слова располагаются в строчку, следуют друг за другом в порядке времени. Для интеграции их в этих условиях придется каждое текущее слово как-то пристраивать к предшествующему, уже ушедшему. Это можно сделать, если остановить в памяти поток слов и приступить к интеграции. На приеме речи неизбежно возникнут вынужденные остановки, момент появ-

ления которых будет очень трудно определить говорящему. Фактически таких остановок не бывает. Вот почему признают, что в процессе приема речи происходит не просто мимолетное узнавание слов, но и обработка в особой, так называемой операционной, иконической памяти» [Жинкин 1982: 44].

Первый подпроцесс Н. И. Жинкин называет «поэлементным восприятием», которое сводится к идентификации реципиентом предъявляемых ему элементов текста. Поэлементное восприятие определяется двумя факторами: качеством элементов текста и темпом их восприятия. Под качеством элементов текста понимаются такие их свойства, которые позволяют реципиенту без особых усилий однозначно их идентифицировать в процессе восприятия текста. Таким образом, текст как «порождение» дискурсивного процесса, состоящий из «хороших» элементов - это текст, который проговаривается (диктуется) четко артикулированными звуками.

Темп поэлементного восприятия может быть измерен количеством элементов (букв или звуков), содержащихся в отрезке текста, воспринятом в единицу времени, причем при восприятии устного текста этот темп, как правило, навязывается реципиенту собеседником.

Второй подпроцесс процесса восприятия текста – «семантическое восприятие» - есть процесс установления значений слов, связей между словами в предложении, предложениями (высказываниями) и т.д. Темп семантического восприятия текста не ниже его поэлементного восприятия, хотя второй процесс протекает с некоторым запаздыванием по отношению к первому. Количественной мерой темпа семантического восприятия может служить темп поэлементного восприятия текста. «Механизм языка устроен так, что любой человек, усвоивший его в детстве, при самых ограниченных возможностях будет принимать речь точно по ходу ее временного следования... При этом не следует забывать, что слушающий не старается делать никакого грамматического анализа,...а просто принимает мысль, содержащуюся в сообщении», - пишет Н. И. Жинкин [Жинкин 1982: 45].

Процесс восприятия речи на слух связан с выполнением реципиентом сложной мыслительно-мнемической деятельности, которая включает в себя преобразование информации, кодовые переходы, актуализацию связей, способствующих пониманию. Успешность такой умственной деятельности обусловлена высокой степенью концентрации внимания.

В результате экспериментов установлено, что исходный уровень владения аудированием определяют следующие умения:

- 1) Членить текст на смысловые куски, определять факты сообщения;
- 2) Устанавливать логические связи между элементами текста;
- 3) Отделять главное от второстепенного и удерживать в памяти главное, выделять смысловые вехи, определять смысловой центр фразы;
- 4) Определять тему сообщения;
- 5) Выделять главную мысль;
- 6) Принимать сообщения до конца без пропусков;

7) Воспринимать речь в естественном медленном темпе;

8) Принимать и удерживать в памяти сообщение, предъявленное один раз. Отсутствие какого-либо из этих умений оказывает негативное влияние на прием и понимание речевых сообщений [Агузарова 2005: 332].

Возникает вопрос, каким образом реципиент, воспринимающий текст в непрерывном потоке слушания/чтения в достаточно быстром темпе, успевает выявить, проанализировать и, наконец, осмыслить все разнородные, многочисленные связи, начиная от самых очевидных до самых сложных? Ответ в том, что реципиент такой задачи перед собой не ставит и потому ее не решает. Повседневный речевой опыт показывает, что для того чтобы последовательность предложений воспринималась как текст, достаточно в большинстве случаев установить хотя бы одну связь актуализируемого (воспринимаемого в данный момент) предложения текста с одним из предшествующих. Причем в качестве такого предшествующего предложения выступает обычно ближайшее, то есть предыдущее предложение, или предложение, отделенное от актуализируемого одним, может быть, двумя предложениями.

Исходя из свойств кратковременной памяти можно предполагать, что более дистантные предложения к этому моменту уже забыты. При этом нельзя ожидать, что они могут быть воссозданы в кратковременной памяти путем «вызова» их из долговременной. Это объясняется тем, что в процессе восприятия текста предложения как таковые в долговременной памяти долговременной памяти не сохраняются.

### **Смысл и значение**

Отдельно следует остановиться на проблеме соотношения смысла и значения, которая непосредственно связана с интерпретацией содержания высказывания, с ответом на вопрос о «суммировании» конечного объема информации на основе «единичных» высказываний. В целом, известно, что информация, содержащаяся в речевом фрагменте длиной более одного слова не может быть описана в виде простой суммы значений составляющих этот фрагмент [Бенвенист 1974; Колшанский 1980; Барт 1994]. Как отмечает, О. А. Алимуратов, «к смыслу цельного высказывания невозможно прийти путем механического его конструирования из отдельных значений элементов этого высказывания: такой смысл есть продукт *интеграции*, а не простого суммирования» [Алимуратов 2005: 2]. Аналогичный подход демонстрирует В. А. Сулимов: «...практически невозможно проводить грамматическую классификацию вне классификации системы значений, а ту, в свою очередь, невозможно достоверно описать без обращения к системам смыслов, приписываемых контекстами употребления, индивидуальным языковым сознанием и культурой, интериоризированной в виде некоторой системы артефактов сознанием индивидуума. Все эти аспекты очевидно должны быть интегрированы в некоторой единой системе или «согласованы» [Сулимов 2006: 255].

Можно говорить о том, что смысл является неотъемлемой составляющей (и основой) той информации, которая передается в дискурсе посредством языковых (вербальных) единиц и их комбинаций.

Таким образом, изучение информационной составляющей фрагментов дискурса различной длины обязательно предполагает исследование смысловой основы развернутого высказывания, имеющей корреляцию с *категориями дискурса*. К существенно важным и определяющим дефинициям теории дискурса мы можем отнести пропозицию, пресуппозицию, экспликатуру, имплицатуру, инференцию и референцию (подробнее см. ниже).

Дефиниции «значение» и «смысл» имеют непосредственное отношение к личностным когнитивным процессам. Лингвистическая и социальная корреляция этих понятий, отношения между этими феноменами – одна из важнейших задач коммуникативной лингвистики и когнитивной науки.

Если рассматривать семантику как «инструмент», с помощью которого человек овладевает миром и интерпретирует его, то следует признать, что личность познает окружающий мир в контексте реальных общественных связей и отношений на основе исторически сложившегося семантического «базиса», который она использует в контексте присутствующих в ее сознании фреймов (сценариев) категории *знания*, реализуемых в адекватных языковых формах. Именно семантическая основа («базис») формирует те *когнитивные модели*, на основе которых возникают отношения, определяющие возможность перехода от предметных и логических связей в объективной действительности к синтаксически комбинаторным способам их передачи в предложении (высказывании). Динамическая «экстраполяция» на когнитивно-вербальном уровне от интенции к высказыванию обуславливает генезис языковых структур на уровне высказывания, в том числе и переменных (Ср.: *С приходом осени... Когда пришла осень... После прихода осени...*)

Корреляция дефиниций «значение» и «смысл» имеет глубинную причинную основу, носит двуаспектный характер и базируется как на *функциональной основе* значения, так и на социально обусловленной *лингвокультурологической природе* смысла.

В реальном мире наши знания — это, в самом общем приближении, вся та информация, которую мы получаем в процессе онтогенеза. Но это не просто стохастический набор неупорядоченных фактов и имеющегося в памяти личного опыта: человек упорядочивает получаемую информацию и обобщает свой опыт. Мы не запоминаем каждое здание или дерево в парке, которое попало нам на глаза, а тем более, каждый листок, каждое окно и т.д. Мы объединяем множества, номинируя их, формируем для себя категории предметов и явлений, осуществляем иерархию и таксономию, избегая необходимости запоминать каждый отдельный фрагмент действительности.

Таким образом, фрагментируя мир в «кластерном» режиме, мы добиваемся «когнитивной» экономии: уменьшаем количество информации, которую должны воспринять, декодировать и запомнить. В итоге, семантический потенциал совокупности слов определенной «смысловой» сферы реализуется за счет извлечения из исходного *значения* и связанной с ним прототипической *ситуации* семантической *схемы*, которая используется для концептуализации типологически адекватных событий по принципу аналогии.

В отличие от А. А. Леонтьева, который выделяет три формы существования значения: **языковое значение** («законсервированное» слово-знак), **предметное значение** (на *чувственной базе перцептивного брза*), **ролевое значение** (на *чувственной базе динамических компонентов самой деятельности*) [Леонтьев 2001], мы понимаем значение как семиотический инвариант, присущий когнитивной сфере индивидуума и являющийся для него *единственным* и категорически обусловленным «внеконтекстовым знаком». В рамках (условиях) любого вероятностного контекста значение «приобретает» смысл и тогда начинает называться «собственно значением», то есть раскрывается с точки зрения языка (1), перцепции (2) и деятельности или роли (3).

В синергетическом плане можно говорить о том, что эволюция процесса речевой деятельности как системы во многом определяется *аттрактором наиболее вероятного изменения* - интегративным смысловым компонентом, основой которого является макроинтенция (система смыслов). Развитие коммуникативной ситуации в плане текстовой организации происходит в направлении этого аттрактора с намерением уменьшения уровня энтропии как стремлением системы к самоорганизации. При этом «семантические единицы языка» не выступают в качестве реальных самоорганизующихся элементов: эту роль выполняют смысловые компоненты более крупной структуры (семантические поля), а потому реальный процесс смыслопорождения гораздо глубже, иерархичнее, нежели его поверхностная модель.

Следует учитывать, что при смыслопорождении как процессе, имеющем дискретную «семантическую» природу (смысл континуален, значение семиотически обусловлено – дискретно), происходит некоторая «потеря» смысла (семантическая неопределенность, обусловленная контекстом). Эти потери, как правило, не заметны для продуцента речи, но четко осознаются реципиентом.

Таким образом, значения, формируя систему аттракторов, *стабилизируют* речевой процесс на уровне смыслопорождения, удерживает его в состоянии динамического равновесия, тогда как смысл, будучи континуальным по природе, *изначально* задан и определен макроинтенцией адресанта. Отсюда текст как продукт дискурса в процессе своей «развертки» постоянно преодолевает неопределенность смыслов, что осуществляется говорящим за счет обращения к системе вербальных и невербальных значений, связываемых с тем или иным речевым компонентом. Именно

включение таких систем значений в ментальную сферу, в концептуальную систему адресата способствует адекватному восприятию речи и правильной интерпретации им смысла высказывания.

## **2. Синтоническая модель общения**

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

Синтоническая модель общения рассматривает общение как результат сложного взаимодействия процессов восприятия и мышления (восприятие + мышление = общение). Процесс общения начинается с восприятия, именно с его помощью человек устанавливает контакт с миром и людьми. Наши органы чувств похожи на пять дверей, которые мы распахиваем, чтобы собрать информацию об окружающей действительности. Наше сознание открывает эти «двери» по очереди: у одного человека сначала для картинок, потом для запахов, у другого — сначала для звуков, потом для прикосновений. Это очень быстрая последовательность, но тем не менее последовательность. Наше подсознание воспринимает информацию по всем пяти каналам одновременно и получает гораздо больше информации, чем сознание. Синтоническая модель общения строится на идее о том, что у каждого человека есть своя «любимая дверь восприятия» — та репрезентативная система, которой он доверяет больше, чем другим. Например, если ваша любимая система визуальна (зрительная), то вы воспринимаете и храните в памяти мир в «картинках». Установлено, что ведущая репрезентативная система внешне проявляется в движениях глаз, выборе слов, используемых в общении, в особенностях дыхания и даже позы.

Если вы знаете, какую репрезентативную систему предпочитает ваш партнер по общению, вы можете использовать слова, соответствующие его «любимой» модели восприятия. Люди с визуальной моделью восприятия легко понимают одни слова, с аудиальной (слуховой) и кинестетической — другие. Если вы будете правильно выбирать и использовать слова, в соответствии с ведущей репрезентативной системой собеседника, вас сочтут человеком, с которым приятно общаться, с которым легко установить контакт и взаимопонимание.

Как узнать, какую репрезентативную систему предпочитает человек? Для этого надо внимательно понаблюдать за ним. Многие скажут слова, которые он использует. Еще красноречивее будет его невербальное поведение: движение глаз, темп и тембр голоса, дыхание, поза. Эту важную информацию нельзя подделать, она поступает прямо из подсознания, важно только научиться ее распознавать и использовать.

Человек с **визуальной репрезентативной системой**, собираясь что-то сказать, перебирает и просматривает в памяти картинки, чтобы определить, что происходит в настоящий момент. Это совершается очень быстро и его глаза при этом расфокусированы на пятно на расстоянии около 60 см от носа. Если вы станете прямо на это место, вы можете помешать такому человеку думать: он даже может рассердиться. В речи людей-визуалов преобладают слова визуального смысла: «видеть», «ясно», «красочный», «я вижу, что вы имеете в виду» и т. п. Темп речи у них выше, чем у людей с аудиальной и кинестетической репрезентативными системами.

Человек с **аудиальной репрезентативной системой**, собираясь что-то сказать, прислушивается к своему внутреннему голосу. Ему трудно сделать выбор; внутренний голос постоянно ведет дискуссию, не зная, чему отдать предпочтение. Глаза человека в это время смотрят вправо или влево, двигаясь по средней линии или идут вниз и влево. В речи людей-аудиалов преобладают слова: «я слушаю вас», «давайте обсудим», «какой тон», «интонация», «крики» и т. п.

Люди с **кинестетической репрезентативной системой** прежде чем сказать, прислушиваются к своим внутренним чувствам и их глаза при этом непроизвольно смотрят вниз-вправо. В речи кинестетиков преобладают слова: «касаться», «трогать», «ощутимый», «болезненный», «тяжелый», «чувствую проблему», «тяжко на душе» и т. п.

К классической триаде людей добавляют еще один тип — **«рассудочных людей»** или **«компьютеров»** — это те, которые реагируют не на свои ощущения, а на обозначения, наименования, слова, «ярлыки», которыми обозначают все свои ощущения и образы. Их движения глаз трудно уловить, они предпочитают пользоваться словами: «надо разобраться», «проанализируем», «систематизировать» и т. п.

**Основные умения общения: 1. Определение желаемых результатов.** Общение без результата, как путешествие без цели. Результат — это то, что вы хотите увидеть, услышать и почувствовать. В НЛП предлагается пять способов уточнения целей и превращения их в результат: 1) уточнение результата (точно определите желаемый результат); 2) формулировка результата в положительной форме, например: «Хочу быть богатым» — позитивная положительная форма, «Не хочу быть бедным» или «Не хочу выглядеть смешным» — это результаты, сформулированные в отрицательной форме. И это непродуктивный способ общения. В самом деле, человеку незачем стремиться к тому, чего он не хочет. Он скорее добьется успеха, если будет стремиться к тому, что хочет. Поэтому и формулировать лучше в положительной форме; 3) вычленение сенсорных показателей результата: для

этого нужно ответить на вопросы: «Что я увижу, когда достигну результата?», «Что я услышу?»; 4) согласование результатов с партнером по общению: большинство людей помогут вам в достижении ваших результатов, если они одновременно будут достигать и своих. Если вы добываетесь результатов во вред интересам других, вы манипулируете, и люди будут препятствовать вашему успеху открыто или тайно. Тех, кто манипулирует другими, обычно ждет встреча с четырьмя «драконами»: обидой, обвинением, угрызением совести и мстостью. Итак, общение начинается с уточнения результатов, и сразу подумайте, как вы будете согласовывать свои желания с совершенно справедливыми притязаниями вашего партнера по общению.

**СЕНСОРНАЯ ОСТРОТА.** У каждого человека есть сенсорное чутье, которое помогает ему видеть, слышать, чувствовать изменения в поведении партнера по общению. Сенсорное чутье необходимо, чтобы контролировать процесс общения, обеспечивая успешное продвижение к результату. Некоторые сигналы в поведении собеседника могут подсказать, что сделан неправильный шаг или что надо немного отступить, чтобы достигнуть цели. Умение сознательно лавировать особенно необходимо в запутанных ситуациях. Сенсорная острота помогает заметить мельчайшие изменения в поведении собеседника: ведь внутренние мысли и эмоции человека проявляются через внешнее поведение (позы тела, покачивания, наклоны головы, движения плеч, жестикуляция рук). Есть и более тонкие изменения: в окраске кожи, в тоне мышц, в скорости дыхания, сиюминутном дрожании нижней губы. Эти тонкие бессознательные видимые реакции в НЛП делят на четыре группы — изменения цвета кожи, изменения в дыхании, изменения нижней губы, моментальные изменения мускулов. Бессознательные видимые реакции ценны, так как они не подвластны сознательному контролю человека и поэтому содержат истинную информацию. Эти тонкие изменения трудно заметить без должной тренировки.

Обучаясь сенсорной работе, надо освоить три шага;

1. Фиксация изменений в поведении человека (тренируйтесь каждый день в наблюдении за людьми, но помните правило: «Остановиться, послушать, посмотреть, включить свою интуицию, но не спешить с интерпретацией»).

2. Различение паттернов, т. е. повторяющихся моментов в поведении человека. Посмотрите внимательно на того, кто нервничает: одни переминаются с ноги на ногу, бледнеют, другие — стремительно расхаживают по комнате, сжимают кулаки, покусывают губы. И так бывает каждый раз в минуты нервных переживаний. Такие повторяющиеся специфические изменения в позе тела, в движениях головы, рук, ног, окраске лица, в ритме дыхания, темпе голоса и называют паттернами.

3. Калибровка, т. е. узнавание определенного состояния человека по его невербальным сигналам, установление связи между внешним паттерном поведения человека и его внутренним состоянием. (Вначале, пока опыта мало, можно уточнять у собеседника: «Вы нервничали, когда сказали: «Не

надо сахару?». А про себя можете добавить: «И у вас были бледные пятна на лице, вы переминались и прислушивались к чему-то».)

Специалисты по НЛП предупреждают, что вы можете угодить в опасную западню, если будете трактовать изменения во внешнем поведении собеседника, исходя из своего опыта. Одна и та же внешняя реакция может иметь совершенно разное значение у разных людей. Каждый человек индивидуален, и необходимо избегать обобщений.

**ГИБКОСТЬ.** Процесс общения во многом зависит от гибкости собеседников — способности изменять свое поведение в зависимости от обстоятельств, реагировать на поведение партнера. Научиться гибкости — значит обрести способность видеть в поведении партнера особенности его восприятия, мышления, и, варьируя свое поведение, добиться взаимопонимания и достижения своих целей. Правило НЛП гласит: «Если то, что вы делаете, не срабатывает, попробуйте сделать что-нибудь другое». В общении важно быть гибким в словах, мышлении, восприятии и поведении. Сенсорная острота позволяет быть гибким в восприятии. У гибкого поведения есть преимущества: новое поведение вызывает и новую ответную реакцию, и, возможно, вы добьетесь желаемого результата, используя разные новые способы поведения. Чтобы приобрести гибкость, надо освоить три шага:

1 — прерывание старых паттернов поведения (например, поезжайте на работу другой дорогой, или в ситуациях, в которых исключен риск, прекратите делать то, что вы делаете, и подумайте о трех новых возможных способах достижения того же самого результата или, например, не разговаривайте в течение одной недели, пишите записки, предупредив семью и друзей, что проводите эксперимент);

2 — изобретение и использование новых возможностей и новых способов поведения. (Например, посмотрите на мир сквозь новые очки, вообразив на часок, что вы — совсем не вы, а ваш сосед по лестничной площадке. Как выглядит мир с его точки зрения? Представьте возраст 17 и 39. Какой вам кажется жизнь в 17 лет? А в 39?);

3 — быстрая последовательность прерывания старых паттернов поведения и использования новых выборов (например, когда вы заметите, что внутренний голос вам приказывает: «Ты должен!», измените свое поведение, сыграйте другую роль, хотя бы в течение трех минут побудьте кем-то иным. Или еще упражнение: в середине спора отступите и скажите собеседнику: «Вы полностью правы. Что вы хотите теперь?»).

**КОНГРУЭНТНОСТЬ.** Слово «конгруэнтность» произошло от латинского «congruens», что означает «встретиться и прийти к соглашению». В каждом из нас много разных частей: делового человека, начальника, родителя, критика, игрока, честолюбца, весельчака, покорителя сердец и т. п. Если все части личности действуют согласованно, объединяются, направляя свои усилия на достижение результата, важного для всех, выбирая при этом единый способ взаимодействия, — вы конгруэнтны.

Если мы говорим одно, делаем другое, а желаем — совсем третьего, то мы не конгруэнтны и наше состояние заметно для окружающих людей. Если части нашей личности не решили еще, что нам действительно нужно, если есть какие-либо противоречия и несогласия по поводу способов достижения результатов, мы можем сказать «да», но при этом непроизвольно отрицательно качнем головой, или серьезная фраза может неожиданно закончиться коротким смешком. Все это видят люди, с которыми мы общаемся, и такое поведение вызывает замешательство, сомнение, недоверие к нам. В итоге шансы на успешное достижение результата уменьшаются. Быть конгруэнтным — значит сделать важный шаг к достижению внутренней целостности. Синтоническая модель не только подчеркивает важность и необходимость конгруэнтности, но и предлагает шесть шагов по ее освоению:

1 — различение состояний конгруэнтности и неконгруэнтности, чтобы узнавать свое состояние конгруэнтности (состояние 100%-ной вовлеченности, сосредоточенности всех сил на выполняемой задаче) и неконгруэнтности (состояние внутренней конфронтации, конфликта с самим собой, противоречия желаний, слов, мыслей и дел).

2 — знакомство с различными частями своей личности (этот шаг чрезвычайно важен, так как самые сложные проблемы возникают у человека тогда, когда некоторые части его личности не знакомы друг с другом и даже не знают, что они в конфликте. Для того чтобы избежать подобных неприятностей, специалисты в НЛП предлагают человеку осознать и записать, какие роли он играет в своей жизни, какие желания у него возникают, какие части личности ему свойственны и дать им название-имя: например, жена, мать, честолюбивая часть, творческая часть, кухарка, производственно-деловая часть, кокетка, оболстительница, оберегающая часть, авантюрист, игривая часть и т. п. Затем полезно провести «общее собрание» главных частей своей личности, при этом важно «увидеть», «услышать», «почувствовать» каждую часть. Как она обычно заявляет о своем существовании? Как вы чувствуете ее своим телом? Где она живет? в голове, в руках, в ногах? Как она могла бы выглядеть?

3 — определение целей, намерений и желаний каждой части личности — очень важный шаг к конгруэнтности. Мы можем быть конгруэнтными только тогда, когда мы точно знаем, чего хотим, к каким результатам стремимся. При этом необходимо помнить, что все наши части так или иначе хотят нам блага и выражают наши желания. Мы чаще всего не осознаем всей сложности нашей внутренней жизни и поэтому надо дать слово каждой части с тем, чтобы они аргументированно заявляли о своих желаниях и какую цель они при этом преследуют.

4 — определение приоритетных целей т. е. следует определить, что вам необходимо достичь прежде всего, какая цель может быть самой главной на данное время и в перспективе.

5 — достижение согласия между различными частями личности о том, что они признают установленный приоритет целей — только лишь тогда вы

будете конгруэнтны в своих действиях, жестах, интонациях, в выборе слов и ваше общение будет максимально способствовать достижению желаемых результатов.

б — заключение контракта по принятому соглашению (заключение контракта закрепляет достигнутое соглашение, проявляет уважение к частям личности и является гарантией, что переговоры и потраченное на них время — не просто развлечение, а серьезная работа).

Итак, прежде чем приступить к какому-то ответственному делу, проверьте, в каком состоянии вы находитесь. И если вы узнаете сигналы неконгруэнтности, проведите переговоры с самим собой, со своими частями личности, постарайтесь достичь согласия между ними, составьте письменное соглашение по обсуждаемому вопросу и дайте задание сознательной части осуществлять контроль за принятым решением. Если вы научитесь достигать согласия между частями вашей личности, вы заметите, насколько более эффективным станет ваше общение, ваша деятельность, в целом ваша жизнь.

**РАППОРТ.** Слово «раппорт» означает в английском языке отношения гармонии, согласованности, единства и симпатии. Это самый важный процесс в любом взаимодействии. Специалисты НЛП считают, что без раппорта вы никогда не достигнете того, чего хотите. Как узнать, что у вас есть раппорт с собеседником? По-разному; у одних людей появляется ощущение покоя, у других — чувство разделенного взаимопонимания. Как создать раппорт? Многие люди умеют это делать на уровне сознания, считая, что этому умению можно научиться. Необходимо освоить только шесть шагов.

1. Проверка вашего доверия к партнеру, с которым вы общаетесь, уверены ли вы в его компетентности, в его способностях, надежности. Можно спросить себя об этом, и если вы услышите конгруэнтный ответ «да» — все в порядке. Если же услышите несогласие, надо определить в себе ту часть личности, которая не доверяет собеседнику, и внимательно выслушать ее аргументы. Может быть вам удастся найти подходящие аргументы и убедить ее в обратном. Не добившись ее согласия, лучше не продолжать общения с собеседником: ваше недоверие так или иначе проявится, вызовет ответное недоверие, напряженность отношений, после чего достижение желаемого результата маловероятно.

2. Проверка доверия партнера к вам. Доверие возможно лишь в состоянии конгруэнтности. Вы знаете, как этого достичь. А ответ на вопрос «Доверяет ли мне мой собеседник?» вам поможет получить уже освоенное вами умение — сенсорная острота.

3. Установление соответствия тону и темпу голоса вашего собеседника. Тон голоса бывает высоким или низким, громким или тихим. Темп голоса бывает быстрым или медленным, с паузами или без них. Однако нельзя резко менять свой темп и тон голоса, подстраиваясь под партнера. Делать это надо потихоньку, маленькими шажками, чтобы ваша техника осталась незамеченной.

4. Установление соответствия дыханию собеседника. Чтобы заметить скорость дыхания человека, полезно наблюдать за верхней линией плеч дыхания собеседника и попытаться уловить довольно заметные движения вверх и вниз. Если вам удалось уловить ритм дыхания, вы можете подстроиться под него после некоторой тренировки.

5. Установление соответствия ритму движения собеседника. Освоение этого шага требует осторожной тренировки. Выделите какое-то движение, которое ваш собеседник постоянно повторяет, и сопровождайте его всякий раз каким-то другим своим движением, например, всякий раз, когда ваш собеседник касается своего подбородка, вы можете тихонечко постукивать по столу. Или, если партнер взволнованно ходит по комнате, вы можете сопровождать его хождение чуть заметным постукиванием ноги.

6. Соответствие позы тела собеседника. Использовать эту технику надо осторожно, чтобы не оскорбить собеседника. В спонтанном раппорте отражение тел собеседниками происходит естественно.

Достижение раппорта — это способ синхронизации собеседников, так как внешнее соответствие подчеркивает сходство и смягчает различия, в результате — взаимное понимание между людьми усиливается. Установив раппорт с собеседником, вы можете незаметно для него постепенно «повести» его дыханием, позой, темпом голоса за собой, подведя его с помощью этих невербальных средств и наличия убедительной словесно-логической аргументации к желаемому решению, результату.

**РЕСУРСНОЕ СОСТОЯНИЕ** — это оптимальное внутреннее состояние человека. Оно основано на воспоминаниях о когда-то успешно выполненной работе, о приятных состояниях внутренней гармонии, уверенности. Ресурсное состояние может быть использовано для эффективного общения, достижения намеченных результатов в любой момент в случае необходимости. Чтобы научиться входить в ресурсное состояние, необходимо освоить четыре шага:

1. Поиск воспоминаний об успехе в своем прошлом опыте; вспомните, когда у вас что-то получалось легко, вдохновенно, красиво — вам самим и окружающим это очень нравилось.

2. Найдите удобное место и позвольте себе пережить то состояние успеха снова. При этом полезно себя спросить: «Что я видел, когда у меня все так хорошо получалось? Что я при этом чувствовал? Что слышал?».

3. Когда воспоминание о той, прежней, ситуации восстановится в достаточно полной мере и достигнет наибольшей интенсивности, дотроньтесь пальцами правой руки до запястья левой, чтобы установить условную связь по типу «стимул — реакция». Запомните ту точку, к которой прикасались, и с каким нажимом было прикосновение. На языке НЛП такое установление условной связи называется «якорение». «Якорить» надо пик эмоционального переживания, когда почувствуете, что сейчас вы в состоянии работать даже лучше, чем в прошлом, к которому относятся ваши воспоминания.

4. Вхождение в ресурсное состояние — для этого надо повторить второй и третий шаги, т. е. последовательно и быстро войти в воспоминание о ресурсном состоянии и повторное установление того же самого якоря, а потом одновременное использование якоря и восстановление воспоминаний. Такая двойная процедура нужна, чтобы удостовериться, что якорь (прикосновение или слово или их сочетание) немедленно вызывает в памяти оптимальное внутреннее состояние, необходимое для успешной деятельности. Теперь у вас есть средство вхождения в ресурсное состояние. В общении с коллегами, с начальством, в семье, в любой трудный момент жизни, используя свой «ресурсный якорь», вы почувствуете прилив сил, которые помогут вам добиться успеха.

**ПОЙНТЕРЫ.** Как уже отмечалось НЛП — это интеграция психологии, лингвистики и компьютерного программирования. Психология имеет дело с процессом общения, а лингвистика — с содержанием общения. НЛП предлагает особую процедуру уточнения содержания и смысла сказанного. Суть ее — в умении задавать вопросы, которые в НЛП называются пойнтерами или указателями.

*Пойнтер 1:* существительное. Первый пойнтер нужен для уточнения смысла существительного. Если три человека обсуждают производительность, то для каждого из них это слово может иметь специфическое значение: для одного главным будет скорость, для другого — люди, для третьего — машины. Если вы услышите подобные неопределенные существительные, вам необходимо задать уточняющий вопрос — пойнтер 1: «А какой смысл вы вкладываете в слово...? А что для вас значит...?».

*Пойнтер 2:* глаголы. Нужен для уточнения смысла глаголов. Для этого полезно задать вопрос: «Как именно (глагол)?». Например, собеседник говорит вам: «Я приготовлю доклад к 12-му числу». «Как именно вы приготовите доклад?» — последует вопрос. В самом деле, доклад можно приготовить по-разному: в устной форме, в рукописи или напечатать с рисунками и плакатами. И только вашему собеседнику это известно. Вам же лучше узнать об этом сейчас, не дожидаясь 12-го числа.

*Пойнтер 3:* правила. В жизни человека существует множество правил, обычно выражаемых в словах: «должен», «не должен», «надо», «нельзя». Человеку иногда стоит пересматривать принятые правила, сомневаясь в их необходимости и своевременности. Так, к словам «должен», «надо» задайте вопрос: «А что будет, если я не сделаю этого? А что будет, если вы не сделаете этого?». Такие вопросы проверяют обоснованность правил и ограничений. Если, отвечая на вопрос, находят достаточно убедительные аргументы в пользу правила, то оно необходимо. Если же вопрос остается без ответа, то в справедливости правила стоит сомневаться. Подвергая сомнению правила, мы можем обрести новые возможности и новые выборы, способы действия. В НЛП предупреждают: третий пойнтер очень полезен в общении с самим собой, но его нужно осторожно использовать в общении с другими людьми, чтобы не вызвать агрессию собеседника. Людям не нравится, если

кто-то раскрывает ограничения их мышления. Поэтому третий поинтер можно задавать, лишь добившись раппорта с собеседником, внимательно присматриваясь к его ответной реакции. Полезно смягчить вопрос: «Поясните, пожалуйста, что вы конкретно имеете в виду, почему мы должны? А что будет, если мы не сделаем этого?».

*Поинтер 4:* обобщения. Предназначен для того, чтобы избежать ошибок, связанных с некорректным обобщением. Обобщение, с одной стороны, полезное свойство мышления, но с другой стороны, обобщения нередко ограничивают наше мышление и причиняют неприятности, которых можно вполне избежать, если вовремя пересмотреть это обобщение-стереотип, который искажает «карту реальности» человека и ограничивает его возможности. Обобщая, мы используем слова «все», «всегда», «каждый», «никогда», «все говорят», «никому не верю», которые, как правило, не соответствуют истине. Это обобщающие слова, а они игнорируют исключения из правил, ограничивают наше поведение, закрывая пути, которые могли бы привести к решению многих проблем. В этом случае полезно переспросить: «Действительно все? Неужели всегда? А, может быть, вы встречали человека, которому можно было бы верить?».

*Поинтер 5:* сравнения. Используются для уточнения сравнений, таких, как «лучше», «хуже», «легче» и др. Если вы услышите: «Лучше сделать это», то можете уточнить: «Лучше по сравнению с чем?».

Помните, что поинтеры необходимы, если вам нужна точная информация, без которой не достичь своего результата или результата вашего партнера. Если же речь идет о чем-то незначительном, то можно обойтись без уточняющих вопросов.

### **3. Транзактный анализ Э.Берна.**

Транзактный, или транзакционный, анализ — это систематическая терапия с целью развития и изменения личности. Она была разработана американским психиатром Эриком Берном в 50-х годах XX века, и до сих пор успешно применяется для решения психологических и социальных проблем здоровых людей и пациентов с психопатологиями.

В основе транзактного анализа лежит модель личности, выстроенная из трёх эго-состояний: Родитель, Взрослый и Ребёнок.

Берн утверждал, что любое общение происходит в каком-либо из трёх состояний, а само взаимодействие между людьми называл транзакциями. Когда один человек обращается к другому, он выдаёт транзакционный стимул и получает реакцию.

Анализ транзакций человека помогает выявить его жизненный сценарий — модель, которая формируется в детские годы и затем полностью определяет способ взаимодействия человека с другими людьми и его дальнейшую судьбу. Научившись осознавать свои состояния, можно выявить сценарий, а затем изменить его.

Берн хотел, чтобы транзактный анализ был понятен всем, кто его использует, — сознательно убрал всю медикаментозную лексику, не использовал слова из психоанализа, а людей называл клиентами, а не пациентами. Он считал, что у человека есть все ресурсы, чтобы решить свои проблемы. Терапевт при этом играет роль «честного зеркала» — показывает клиенту, что и как он говорит, в каком состоянии эго находится. Научившись осознавать свои состояния и переключаться между ними, человек может решать проблемы самостоятельно.

Как разные состояния эго влияют на поведение

Берн считал, что все три состояния человека формируются в детстве, примерно до пяти лет, и в дальнейшем периодически сменяют друг друга, определяя, как человек будет вести себя в той или иной ситуации. Ниже мы подробнее разберём, что они собой представляют.

### **Родитель**

Это состояние, в котором человек думает, чувствует и ведёт себя так, как это делали его родители, воспитатели и другие важные фигуры из детства.

Родитель снабжает нас полезными шаблонами и экономит психическую энергию. Благодаря ему мы не размышляем подолгу над каждой жизненной ситуацией, а во многих случаях действуем «на автомате».

Есть два состояния Родителя, и каждое из них может быть как позитивным, так и негативным:

1. **Контролирующий (КР)** — устанавливает границы, отвечает за совесть и нравственность, следит за соблюдением правил и сохранением порядка. В негативном состоянии КР критикует, угнетает и подавляет.

2. **Заботливый (ЗР)** — сочувствует, поддерживает и заботится. В непродуктивном состоянии душист избыточной заботой, не даёт шагу ступить самостоятельно.

Алла Петрова рассказывает, что положительные состояния Родителя необходимы для нормальной жизни, а вот отрицательные заставляют критиковать себя и других, причиняют внутренние страдания.

### **Ребёнок**

В состоянии Ребёнка человек копирует то, что происходило с ним в детстве. В нём люди склонны к фантазиям, нерациональным страхам и ожиданиям. Ребёнок может быть:

1. **Послушный (адаптированный)** — старается угодить желаниям других, чтобы его похвалили. Он соблюдает правила и подчиняется.

2. **Бунтующий** — сопротивляется, капризничает и упрямится, может проявлять враждебность. Особенно ярко это эго-состояние проявляется в подростковом возрасте, когда человек стремится к независимости.

3. **Естественный** — веселится, получает удовольствие, играет и творит. В этом состоянии эго человек эмоционален и воодушевлён, он действует спонтанно и увлекает других, проявляет любопытство, пробует что-то новое и самовыражается через творчество. Однако у Естественного

Ребёнка есть и тёмная сторона — потакание своим слабостям и неоправданный риск ради сиюминутного удовольствия.

Положительные состояния Ребёнка приносят в жизнь элементы спонтанности, помогают самовыражаться и искренне веселиться. Отрицательные мешают избавиться от зависимостей, заставляют ввязываться в опасные авантюры, чтобы что-то кому-то доказать.

### **Взрослый**

Это состояние, в котором человек воспринимает и оценивает реальность, опираясь на непосредственный опыт, а не на прошлые установки. Взрослый анализирует, планирует и принимает рациональные решения, адаптируется к окружающей реальности и эффективно с ней взаимодействует.

Берн отмечал, что счастливым можно назвать человека, у которого важные аспекты Родителя, Взрослого и Ребёнка имеют чёткие границы и находятся в гармонии друг с другом. Такой баланс даёт возможность лучше понимать других людей, не вовлекаться в их игры и общаться в нужном ключе.

Какие виды транзакций существуют и как они влияют на общение

Все три компонента эго могут вовлекаться в транзакции, и от того, в каком именно состоянии разговаривают участники, зависит успех коммуникации. Ниже мы разберём три вида взаимодействий.

#### **Дополняющие**

В этом варианте и стимул, и ответ на него происходят между одинаковыми состояниями эго. Например, два Ребёнка фантазируют или веселятся, два Родителя кого-то осуждают или два Взрослых решают проблему. Такое взаимодействие — развлечение, приносит удовольствие обоим и может продолжаться сколько угодно долго.

Кроме того, дополняющие транзакции могут происходить и между разными состояниями эго. Например, если Ребёнок одного партнёра обращается к Родителю другого и получает соответствующий ответ. Ребёнок: «Я такой беспомощный, заботься обо мне». Родитель: «Слушайся меня, и я буду это делать».

#### **Пересекающиеся**

Если стимул происходит в одном состоянии, а реакция — в другом, транзакция становится пересекающейся. В книге Берн приводит классический пример такого сбоя в коммуникации.

Один человек обращается к другому как Взрослый ко Взрослому и спрашивает: «Может, нам стоит вместе подумать, почему ты в последнее время так много пьёшь?».

Если бы транзакция была дополняющей, второй участник диалога ответил бы что-то вроде: «Да, пожалуй. Я и сам бы хотел это понять». Вместо этого партнёр злобно ворчит: «Ты всегда меня критикуешь, прямо как мой отец». В этот момент на сцену выходит его Ребёнок, и транзакция становится пересекающейся.

Чтобы продолжить общение, первый Взрослый может либо включить Родителя и успокоить или отругать Ребёнка, либо попытаться вернуть партнёра к состоянию Взрослого, чтобы продолжить диалог в конструктивной манере.

#### Скрытые

Это вариант, при котором в диалоге вроде бы участвуют одни состояния эго, а на глубинном уровне взаимодействуют другие. Берн приводит в качестве примера одну историю.

Муж запрещал жене заниматься танцами, принуждая её оставаться дома. Женщина от этого страдала и рассказывала всем, что домашняя тиранья мешает ей отлично проводить время. Благодаря терапии их отношения изменились и муж перестал препятствовать занятиям, но вдруг обнаружилось, что женщина боится танцевать.

На первый взгляд их транзакции выглядели, как взаимодействие Родителя («Сиди дома и занимайся хозяйством») и Ребёнка («Если бы не ты, я могла бы развлечься!»).

Но на глубинном психологическом уровне это был диалог между двумя состояниями Ребёнка. Муж: «Я боюсь, что ты меня бросишь, поэтому оставайся дома». Жена: «Запрещай мне заниматься тем, чего я на самом деле боюсь».

На таких скрытых транзакциях построены все игры — бесконечно прокручиваемые серии, которые мешают людям полноценно жить и при этом даже не осознаются.

#### 4. Теория обмена.

Теория социального обмена возникла как еще одна теоретическая оппозиция теории Т. Парсонса и структурному функционализму, конституировавшая себя вокруг неспособности этих подходов к объяснению социальных явлений. Сфокусированность функционализма на социальных системах, их организации (структуре), отношениях между системами привела к потере человека и его поведения. И Т. Парсонс, и структурный функционализм воспроизводят в сущностных чертах восходящее еще к Э. Дюркгейму представление о человеке как о “наполнителе” социальной роли, диктуемой социальной структурой. Такое представление о человеке определяется необходимостью постулирования социологии как науки, несводимой к психологии. *Структурный* функционализм в этом смысле представляет собой пример “чистой” социологии, в отличие от смешанных социально-психологических теорий, игравших значительную роль в американской социологии начала XX века.

Теория социального обмена явилась попыткой движения от “чисто” социологического к “психологически окрашенному” представлению о человеке. Базовым положением теоретиков этого направления выступает положение о том, что социальное поведение может и должно быть объяснено в рамках научных представлений. По их мнению, социальное поведение представляет собой взаимодействие людей, которое не может быть ни чем

иным как процессом обмена, подобным экономическому. Поскольку правила экономического обмена доступны научному описанию, то нет никаких причин утверждать, что в отношении социального обмена это невозможно.

Теория обмена сегодня не представляет собой единой теоретической школы. Строго говоря, существует несколько теорий, разделяющих общее положение о том, что взаимодействие людей есть процесс обмена. При этом каждый из них имеет собственные взгляды на природу человека, общества и социальной науки. Мы рассмотрим концепции одного из основателей данного теоретического направления Дж. Хоманса и одного из крупнейших на сегодня теоретиков социального обмена П. Блау.

**Джордж Каспар Хоманс** (1910 г.) начинал свою карьеру как структурный функционалист. Его работа “Человеческая группа”(1950г.), заслужившая очень высокую оценку социологического сообщества, написана в лучших функционалистских традициях. Анализируя пять эмпирических исследований малых групп, Дж. Хоманс создает обобщения, пригодные для описания функционирования малых групп вообще. В середине 50-х годов Дж. Хоманс порывает с функционализмом, ссылаясь на то, что функциональный подход неспособен теоретически объяснить поведение людей. Позднее, в 1964 г. в своем президентском обращении к Американской социологической ассоциации он объяснял этот разрыв, доказывая, что социальные явления могут быть объяснены только по отношению к мотивам действующих индивидов.

Теория должна не только открывать и описывать определенные явления, она также должна объяснять их, именно этим и

определяется эффективность любой теории. Считая, что функционализм слишком сосредотачивается на уровне описания и ничего не делает для объяснения социальных явлений Дж. Хоманс ставил своей задачей создание теории, способной производить такие объяснения.

В отличие от сложившегося основного направления социологии рассматривающего общественные явления как социальные факты, объяснимые только на основании других социальных фактов, Дж. Хоманс подчеркивал важность психологии при объяснении социального мира, тем самым порывая с “социологизмом” Э. Дюркгейма.

Изменение взгляда на социальное действие предполагает и изменение взгляда на социальную систему. В отличие от Т. Парсонса, социальные системы у Дж. Хоманса состоят из людей, находящихся в непрерывных процессах материального и нематериального обмена друг с другом, которые могут быть объяснены **пятью взаимосвязанными положениями**, основанными на психологическом бихевиоризме.

Первое положение — *положение успеха* — состоит в том, что все действия человека подчинены основному правилу: чем чаще отдельное действие личности вознаграждается, тем чаще он стремится производить это действие.

Второе положение — *положение стимула* — описывает отношения между стимулом успешного действия и его повторением. Если какой-либо

стимул [или совокупность стимулов) привели к действию, которое оказалось успешным, то в случае повторения этого стимула или подобного ему, личность будет стремиться повторить действие.

Третье положение — *положение ценности* — определяет, что чем более ценно для личности достижение определенного результата, тем больше он будет стремиться произвести действие, направленное на его достижение.

Четвертое положение — *положение “насыщения-голодания”* — определяет, что чем чаще в прошлом личность получала особое вознаграждение, тем менее ценным будет для него повторение подобной награды.

Пятое положение — *положение “агрессии-одобрения”* — определяет, что если человек не получает вознаграждения, на которое он рассчитывал, или получает наказание, которого не предполагал, то он стремится продемонстрировать агрессивное поведение, и результаты такого поведения становятся для него более ценными. Наоборот, если человек получает ожидаемое вознаграждение, особенно если оно больше, чем то, на которое он рассчитывал, или не получает наказания, которое он предполагал, то он стремится продемонстрировать одобряемое поведение и результаты такого поведения становятся для него более ценными.

Этот набор из пяти положений, которые Дж. Хоманс предпочитает рассматривать как систему, по его мнению, объясняет, почему человек действует так ли иначе в любой ситуации. Более того, Дж. Хоманс пытается экстраполировать эти положения на объяснение всех социальных процессов.

Для объяснения социальной стратификации Дж. Хоманс вводит еще один принцип — **принцип дистрибутивной справедливости**. Суть этого принципа состоит в том, что любое отношение обмена стремится к тому, чтобы награды участников были пропорциональны их затратам, что неизбежно порождает дифференциацию индивидов. Отсюда, социальное неравенство естественно и справедливо, поскольку отражает пропорции личных вкладов индивидов общественное целое.

Таким образом, теория социального обмена Дж. Хоманса представляет собой очень рационализированную модель человеческого поведения, детерминированного внешними обстоятельствами и внутренними мотивами. Рациональность действия при этом заключена не в сознательном выборе людей (как у Т. Парсонса), а в следовании правилам социального обмена, следовательно, свобода человека оказывается лишь “иллюзией выбора”, подчиненного психологическим правилам.

Преодолеть эти трудности объяснения макропроцессов в рамках парадигмы социального обмена попытался другой социолог — **Питер Майкл Блау** (1918 г.). Он разделяет многие положения теории Дж. Хоманса, в особенности привлечение последним психологического бихевиоризма. Однако различия в их концепциях гораздо сильнее, чем внешнее сходство. Если Дж. Хоманс движется в направлении психологического редукционизма, то П. Блау, наоборот, предостерегает от игнорирования самостоятельности социальных явлений. Он различает два уровня этих явлений: уровни микро-

и макроструктур. Оба эти уровня имеют, согласно П. Блау, гораздо больше различий, чем сходств. И если правила бихевиоризма способны хорошо объяснять микроструктурный уровень, то в приложении к макроструктурам, — по крайней мере таким, как власть и стратификация, — они уведут исследователя от адекватного понимания. Поэтому П. Блау ставит своей задачей синтезировать теорию обмена с концепцией социальной структуры.

Разделяя положения обмена Дж. Хоманса, П. Блау утверждает, что далеко не все социальные отношения могут быть рассмотрены как процессы обмена, а лишь те из них, которые ориентированы на достижение целей, реализация которых возможна только в процессе взаимодействия с другими людьми и для достижения которых необходимы средства, доступные и другим людям. Согласно П. Блау, та часть поведения человека, которая управляется правилами обмена, лежит в основании образования социальных структур, но сами правила обмена недостаточны для объяснения сложных структур человеческого общества. Особую неудовлетворенность вызывает у него попытка объяснения феномена власти психологическими правилами, предпринятая Дж. Хомансом.

Беря за основу веберовское определение власти, П. Блау показывает, властные отношения возникают как один из частных случаев социального обмена. Они появляются в том случае, если один из участников процесса обмена обладает монопольным правом на некоторое вознаграждение (материальное или нематериальное), которое остальные участники стремятся заполучить. В этом случае он будет стараться как можно выгоднее обменять имеющуюся у него награду - навязывая свою волю другим участникам. Развиваясь, этот процесс приводит к образованию системы рангов или социальных статусов - социальной стратификации. Но социальный обмен определяет лишь возможность и способ становления властных отношений. Для того чтобы утвердиться, власть должна быть санкционирована остальными участниками обмена — т. е. должна быть легитимирована. Объяснение же процесса легитимации, по мнению П. Блау, невозможно без концепций норм и ценностей, являющихся не продуктами обмена, а продуктами социализации и основанными на определенной системе культуры.

Таким образом, концепция П. Блау представляет собой механическое соединение положений теории обмена и структурного функционализма. Он привлекает теорию обмена и правила бихевиоризма для объяснения межличностного взаимодействия, тогда как, переходя к макроструктурам, предпочитает использовать функциональные категории. Единственное, что он вносит в объяснение социальных структур, так это то, что некоторые из них основаны на процессах обмена (чего не отрицал и Т. Парсонс), но в то же время эти процессы не определяют условий их существования и изменения.

Теория социального обмена, пытаясь объяснить поведение людей, либо впадает в психологический редукционизм, либо приходит к структурно-функциональному описанию, снабжая его терминологическими поправками, не меняющими сущности теории. К сожалению, сегодня мы вынуждены

выбирать между теорией с хорошо развитыми причинными интерпретациями, но сильно упрощающей реальный мир, и теорией, мало пригодной для объяснения, но сосредотачивающей свое внимание на действительной сложности и многомерности социума.

### **5. Теория символического интеракционизма в управлении.**

Основоположник этой теории Джордж Герберт Мид – американский философ, социолог, социальный психолог. Основные его идеи изложены в работе «Сознание, личность и общество», вышедшей в 1934 году. Взгляды Дж. Мида развивали другие американские психологи Г. Блумер, М. Кун, Т. Шибутани и др. Особое внимание эти учёные уделили проблемам «символической коммуникации» - общению, взаимодействию, осуществляемому с помощью символов (жестов, мимики, стиля одежды и т.д.).

Согласно теории символического интеракционизма, общество следует понимать как постоянно происходящее взаимодействие между действующими индивидами, которые встречаются в рамках различных ситуаций. То, как люди обращаются друг с другом, реагируют на других, зависит от того, как они интерпретируют социальную ситуацию. Собираясь вместе на праздничный обед, люди должны выработать согласие относительно того, как это произойдёт. Конечным результатом является понимание всеми присутствующими смысла происходящего. Если событие состоялось и взаимное понимание достигнуто, значит, социальные смыслы в сознании участников совпали, образовав тем самым основу для дальнейшей совместной деятельности.

Личность – продукт социального взаимодействия. Взаимодействие между людьми – это непрерывный диалог, в процессе которого они наблюдают, осмысливают намерения друг друга и реагируют на них. Значительную часть информации о своих чувствах, намерениях, отношениях люди сообщают окружающим символически: движениями, жестами, выражением лица, взглядом, стилем одежды и т.д. Значение символов определяется по реакциям на них других людей. Некоторые символы настолько глубоко освоены, что ответы на них часто следуют автоматически, не проходя через сознание. Например, жест, понятый как угроза, мгновенно вызывает соответствующую реакцию.

Символы транслируются в соответствии с занимаемыми людьми в отношениях друг с другом социальными позициями или ролями. Каждая такая позиция связана с ожиданиями у окружающих определённого поведения, с выполнением определённых функций. Комплекс ожиданий, связанных с данной позицией, называется **ролью**. Роль предполагает наличие способности видеть себя глазами других. Взяв на себя определённую роль, человек держится в рамках того поведения, которого от него ждут в соответствии с выполняемой им ролью. Именно эти ожидания и программируют его действия. Например, мы вряд ли впустим в квартиру вызванного на дом врача, если вместо человека в белом халате увидим

гражданина, одетого в ватник и резиновые сапоги. Предвидя такую реакцию, врач не станет одеваться, отправляясь на приём, так как он обычно одет на дачном участке во время сельхозработ.

Символическая трансляция приводит к «перениманию ролей», копированию действий партнёра. Благодаря ей человек познаёт значения и ценности, которые присущи другим людям. Накопление опыта взаимодействия приводит к формированию у человека образа «обобщённого другого». Происходит интеграция установок в отношении тех людей, которые видят его со стороны.

Поведение человека регулируется в основном тремя детерминантами: структурой личности, ролью и референтной группой. Структура личности состоит из трёх компонентов: **I (Я)**– импульсивное, творческое; индивидуальные вариации в пределах ролевого поведения; **Me (Меня)**– нормативное «Я», внутренний социальный контроль; **Self (самость)**– совокупность импульсивного и нормативного «Я», их взаимодействие.

Формирование личности проходит три стадии: 1) имитация – копирование ребёнком поведения взрослых без его понимания; 2) стадия игры – понимание поведения взрослых через исполнение ролей; 3) стадия коллективных игр – дети учатся осознавать ожидания не только отдельных людей, но и целой группы, олицетворяющей общественное мнение, с которым надо считаться.

## **6. Теория управления впечатлениями.**

Автором теории управления впечатлениями является американский ученый Эрвин Гоффман. Он считает, люди постоянно создают ситуации, напоминающие драматургические спектакли, с тем чтобы создавать и поддерживать необходимые впечатления. Эта теория получила название «драматургического подхода»<sup>[1]</sup>.

По мнению Э. Гоффмана, люди действуют подобно актерам на сцене, используя «декорации» и окружающую обстановку для создания необходимых впечатлений. «Человек может желать, чтобы другие хорошо относились к нему или чувствовали, что он высокого мнения о них, или чтобы они не имели об этом ясного представления. Он может стремиться обеспечить необходимое согласие, чтобы можно было продолжать взаимодействие. Или же обмануть, оттолкнуть, привести в замешательство, ввести в заблуждение, оскорбить других людей или бороться с ними. Несмотря на определенную цель, которую индивид мысленно ставит перед собой, несмотря на мотив, определяющий эту цель, он заинтересован в том, чтобы регулировать поведение других, особенно их ответную реакцию. Эта регуляция осуществляется главным образом путем его влияния на понимание ситуации другими, он действует так, чтобы производить на людей необходимое впечатление, под воздействием которого другие станут самостоятельно делать то, что соответствует его собственным замыслам»<sup>[2]</sup>.

Например, руководители опаздывают на общественные мероприятия оттого, что, помимо всего прочего, стараются создать впечатление

собственной значимости, внушить всем, что без них никакое мероприятие не состоится.

Э.Гоффман также обсуждает способы, с помощью которых люди «сохраняют свое лицо», если по каким-либо причинам произвели невыгодное впечатление. Так, по его мнению, смущение является признанием ошибки и выражает просьбу еще раз дать возможность произвести хорошее впечатление.

## Тема 5. Технологии снятия психологических барьеров в общении

### План лекции:

1. Барьеры общения и их типология.
2. Особенности снятия психологических барьеров общения в профессиональной деятельности.
3. Сотрудничество, кооперация и конкуренция как формы взаимодействия

#### 1. Барьеры общения и их типология.

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

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

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

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

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

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

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

- **Мотивационный барьер** возникает тогда, когда у партнеров по общению разные мотивы вступления в контакт. Например, вы хотите поддержки от подруги, а она хочет, чтобы вы обсудили ее новое платье. В таком случае вы можете столкнуться с непониманием и даже поругаться. Чтобы этого не произошло, полезным будет вовремя обозначать собственные мотивы: «Знаешь, сейчас мне очень нужно, чтобы ты меня поддержала, а потом обсудим платье».

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

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

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

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

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

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

- **Барьер установки.** Очень часто общение осложняется, если ваш партнер изначально имеет не очень хорошее мнение о вас. В большинстве случаев правильнее всего будет обсудить этот вопрос и честно спросить об этом собеседника, попытаться объяснить ему, что он ошибается. В тех

ситуациях, когда это невозможно, постарайтесь просто учесть этот факт и строить свое общение с партнером достаточно аккуратно. Когда пройдет какое-то время и он поймет, что его установка ничем не подкрепляется, она может исчезнуть сама собой.

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

## **2. Особенности снятия психологических барьеров общения в профессиональной деятельности.**

При первой встрече двух людей (например, коллег по работе, начальника и подчиненного, партнеров по бизнесу) оба партнера ожидают друг от друга каких-то определенных действий. Именно это и влияет на их позиции в первоначальных отношениях.

Готовясь к какому-либо влиянию со стороны другого (а оно, как правило, не является желанным при первой встрече), человек воздвигает — неосознанно и неотчетливо — ряд психологических барьеров между ним и собой: повышенные осторожность, контроль за высказываниями.

Таким образом, каждый заранее страхует себя этими психологическими барьерами, выступающими в качестве преград. И многое при первом общении будет зависеть от того, насколько вам удастся преодолеть эти барьеры. Опыт показывает, что наилучшим средством здесь является периодическое высказывание своего согласия с партнером и формирование такой же реакции с его стороны.

Целесообразность самого согласия заключается в том, что оно создает удовлетворяющее партнера положение и само по себе не содержит элементов конфликта, конфронтации. Согласие всегда является тем, что ожидается как желанное явление, способное ослабить напряженность и исключить противоречие. Первое «противостояние» двух людей (даже в том случае, когда не ожидается прямого психологического воздействия) всегда вызывает некоторую настороженность, напряжение.

Обычно это порождается отсутствием информации о том стиле взаимодействия, который будет предложен партнером. Незвестной представляется и установка, которую тот примет, а также позиция и роль, избранные им для общения. Именно поэтому напряжение, не способствующее общению, должно быть снято.

Таким образом, две функции первого этапа — снятие психологических барьеров и снижение напряжения — объединяются в одну основную функцию, заключающуюся в подготовке путей для последующего взаимодействия. Основные факторы первого этапа делятся на положительные и отрицательные.

Положительные факторы — все те условия, которые вызывают согласие или ведут к накоплению согласий по различным вопросам.

*К ним относятся:*

- а) частота согласий;
- б) их взаимность и совпадение;
- в) чередование согласий с той и другой стороны.

Отрицательным фактором является прежде всего настороженность, которая определяет возникновение барьеров.

Когда партнер увидит, что вы соглашаетесь с ним, с его суждениями, мнением или утверждением, он воспримет это как свое достижение. Частота согласий такого рода закрепляет желаемый стиль действий. Множество согласий создает у собеседника длительное и устойчивое состояние удовлетворенности действиями — как своими, так и вашими.

Важным принципом работы инициатора контакта на первом этапе общения должен быть выбор нейтральной темы для беседы: события общественной жизни, погода, результаты спортивных состязаний и т.п. При этом разговор должен вестись с такими оценками проблем и вопросов, с которыми нельзя не согласиться. Как правило, это наиболее общие для определенной группы суждения, мысли и мнения, которые принимаются всеми.

Таким образом, главная задача — исключить моменты, которые могут вызвать напряжение, тревожность или создать психологический барьер. В конечном итоге, в центре внимания всегда находится то, что не связано с принятием решения, поэтому не вызывает затруднений. Инициатор контакта должен придерживаться кардинального принципа — согласие со всеми высказываниями партнера и получение согласия с его стороны.

*Признаки и показатели I этапа.* Конец I этапа характеризуется набором признаков: а) паузы после ваших вопросов становятся короче; б) начинают преобладать собственные сообщения собеседника, возникают его произвольные объяснения и дополнения к уже сказанному; в) уменьшается количество односложных ответов и реактивных вопросов (вопрос на вопрос).

*Результаты I этапа.* Напряженность начальных отношений (как исходное состояние) сменяется расслабленностью (релаксацией). Сверхконтроль, присущий начальной фазе отношений (как результат ожидания воздействия с вашей стороны), сменяется вначале наблюдением за развитием отношений, а затем включенностью в общение по линии согласия. Тревожность и напряженность уменьшаются.

### **3. Сотрудничество, кооперация и конкуренция как формы взаимодействия**

Взаимодействие - это процесс воздействия людей и групп друг на друга, в котором каждое действие обусловлено как предыдущим действием, так и ожидаемым результатом со стороны другого. Любое взаимодействие предполагает по меньшей мере двух участников — интерактантов. Следовательно, взаимодействие представляет собой разновидность действия,

отличительной чертой которого является направленность на другого человека. Любое социальное взаимодействие обладает четырьмя признаками:

- ♣ оно предметно, т. е. всегда имеет цель или причину, которые являются внешними по отношению к взаимодействующим группам или людям;

- ♣ оно внешне выражено, а потому доступно для наблюдения; этот признак обусловлен тем, что взаимодействие всегда предполагает обмен символами, знаками, которые расшифровываются противоположной стороной;

- ♣ оно ситуативно, т. е. обычно привязано к какой-то конкретной ситуации, к условиям протекания (например, встреча друзей или сдача экзамена);

- ♣ оно выражает субъективные намерения участников.

Хотелось бы подчеркнуть, что взаимодействие — это всегда коммуникация. Однако не стоит отождествлять взаимодействие с обычным общением, т. е. обменом сообщениями. Это гораздо более широкое понятие, поскольку предполагает не только прямой обмен информацией, но и косвенный обмен смыслами. Действительно, два человека могут не говорить ни слова и не стремиться ничего сообщать друг другу иными средствами, однако уже тот факт, что один может наблюдать за действиями другого, и другой знает об этом, делает любую их активность социальным взаимодействием. Если люди совершают на глазах друг у друга какие-то действия, которые могут быть (и непременно будут) как-то интерпретированы противоположной стороной, то они уже обмениваются смыслами. Человек, который находится в одиночестве, будет вести себя немного иначе, чем человек, который находится в обществе других людей.

Следовательно, социальное взаимодействие характеризуется такой чертой, как обратная связь. Обратная связь предполагает наличие реакции. Однако эта реакция может и не последовать, но она всегда ожидается, допускается как вероятная, возможная. Американский социолог русского происхождения П. Сорокин выделил два обязательных условия социального взаимодействия:

- ♣ участники взаимодействия должны обладать психикой и органами чувств, т. е. средствами, позволяющими узнать, что чувствует другой человек, через его действия, мимику, жесты, интонации голоса и т. д.;

- ♣ участники взаимодействия должны одинаковым образом выражать свои чувства и мысли, т. е. использовать одни и те же символы самовыражения.

Взаимодействие может рассматриваться как на микроуровне, так и на макроуровне.

Взаимодействие на микроуровне — это взаимодействие в повседневной жизни, например, в рамках семьи, небольшого рабочего коллектива, студенческой группы, группы друзей и т. д.

Взаимодействие на макроуровне разворачивается в рамках социальных структур, институтов и даже общества в целом. В зависимости от того, каким образом осуществляется контакт между взаимодействующими людьми или группами, выделяют четыре основных вида социального взаимодействия:

- ♣ физическое;
- ♣ вербальное, или словесное;
- ♣ невербальное (мимика, жесты);
- ♣ мысленное, которое выражается только во внутренней речи.

Три первых относятся к внешним действиям, четвертое — к внутренним действиям. Всем им присущи следующие свойства: осмысленность, мотивированность, ориентированность на другого человека.

Можно выделить три основные формы взаимодействия:

- ♣ кооперация — сотрудничество индивидов для решения общей задачи;
- ♣ конкуренция — индивидуальная или групповая борьба за обладание дефицитными ценностями (благами);
- ♣ конфликт — скрытое или открытое столкновение конкурирующих сторон.

кооперация

Социальные взаимодействия в обществе можно рассматривать с точки зрения способов достижения желаемых ценностей. Здесь мы имеем дело с такими категориями, как кооперация, конкуренция и конфликт. Первые два понятия детально разработаны американскими социологами Робертом Парком и Эрнстом Берджесом. Слово кооперация происходит из двух латинских слов: “со” - “вместе” и “operari” - работать. Кооперация может протекать в диадах (группах из двух индивидов), малых группах, а также в больших группах (в организациях, социальном слое или обществе).

Кооперация прежде всего связана с желаниями людей сотрудничать, и многие социологи считают это явление основанным на бескорыстии. Однако проведенные исследования и просто опыт показывают, что корыстные цели в большей степени служат кооперации людей, чем их симпатии и антипатии, желания или нежелания. Таким образом, главный смысл кооперации состоит прежде всего в обоюдной пользе.

конкуренция

Конкуренция (от лат. concurrere - бежать вместе) - это борьба между индивидами, группами или обществами за овладение ценностями, запасы которых ограничены и неравным образом распределены между индивидами или группами (это могут быть деньги, власть, статус, любовь, признательность и другие ценности). Она может быть определена как попытка достижения вознаграждения путем устранения или опережения соперников, стремящихся к идентичным целям.

Конкуренция может проявляться на личностном уровне (например, когда два руководителя борются за влияние в организации) или носить

безличный характер (предприниматель борется за рынки сбыта, не зная лично своих конкурентов).

конфликт

столкновение противоположно направленных, несовместимых друг с другом тенденций в сознании отдельно взятого индивида, в межличностных взаимодействиях или межличностных отношениях индивидов или групп людей, связанное с острыми отрицательными эмоциональными переживаниями.

## **Тема 6. Технологии социально-психологического воздействия на собеседника в процессе коммуникации**

1. Общая характеристика методов и приемов социально-психологического воздействия в профессиональной деятельности.
2. Использование приемов общения в профессиональной деятельности.
3. Убеждение и внушение как методы организованного воздействия.
4. Социально-психологические факторы формирования общественного настроения.

### **1. Общая характеристика методов и приемов социально-психологического воздействия в профессиональной деятельности.**

Социально-психологическое воздействие – использование психологических средств для изменения социально-психологических характеристик личности, группы.

Основное отличие методов социально-психологического воздействия от исследовательских методов заключается в позиции субъекта. В исследовательских методах субъект пассивен, не вмешивается в процесс, не ставит цели изменить реальность. В методах социально-психологического воздействия субъект активен, сам является участником процесса, ставит целью изменение реальности.

Активные методы социальной психологии используются в целях обучения навыкам взаимодействия, совершенствования коммуникативных умений; коррекции, т.е. изменения нежелательных форм взаимодействия на адекватные; решения групповых задач.

Особенности: интерактивный характер, т.е. приобретение нового опыта и навыков осуществляется в процессе активного взаимодействия всех участников группы; использование механизмов групповой динамики и принципа обратной связи.

Данная группа методов обладает рядом достоинств. Они позволяют решать конкретные производственные проблемы, формировать навыки групповой работы, социально-психологическую компетентность, обучать в короткие сроки на основе личного участия в приобретении опыта.

Недостатки данных методов являются продолжением их достоинств. Не являясь алгоритмизированными процедурами, они требуют творческого подхода для своей реализации, зависят от особенностей психолога и участников, обстановки проведения и ряда трудно прогнозируемых факторов, которые могут привести к незапланированным результатам.

Эффективность их применения во многом зависит от умений психолога: насколько он компетентен в выборе адекватного метода для решения конкретной задачи, умеет подбирать учебный материал, соответствующий цели и особенностям группы, взаимодействовать с участниками, использовать механизмы групповой динамики, от способности психолога гибко планировать, прогнозировать последствия своих действий.

### 3. Использование приемов общения в профессиональной деятельности.

Эмоциональная саморегуляция - это управление человеком собственными эмоциями в процессе ее деятельности или общения с другими людьми. Это способность быстро восстанавливать физические и душевные силы, адаптироваться к текущей жизненной ситуации. Также это умение обращаться с чувствами, преодолевать негативные эмоции и конструктивно управлять интенсивностью эмоций и их выражением. Управление собственным эмоциональным состоянием происходит с помощью различных средств. Изард Кэрролл описал три глобальные способы реализации этого процесса, а именно: 1) управление с помощью другой эмоции, 2) когнитивная регуляция, 3) моторов регуляция.

Для того, чтобы вызвать желаемый эмоциональное состояние, то есть осуществить саморегуляцию в области чувств, нужно уметь:

1) правильно оценивать значимость события.

Каждое событие начинает выступать для человека как значимая-за того, что она приобретает определенный личностный смысл. Сама по себе она не является страшной, угрожающей, критической - такой ее делает эмоциональная оценка человека. Итак, эмоциональная саморегуляция должна осуществляться путем предоставления события меньшей ценности или вообще радикального переоценки значимости события. Вспомним древнюю мудрость о том, что когда невозможно изменить ситуацию, нужно менять отношение к ней. Вот некоторые приемы, с помощью которых можно это сделать.

**"Зато"**: в случае, когда произошла не очень приятная событие, нужно попробовать найти что-то положительное в этом и выразить его с помощью соответствующей языковой конструкции. Например, "Я опоздал на автобус и теперь не попаду вовремя на занятия. Будут проблемы! ЗАТО: я подышал свежим воздухом; встретил старого друга; прошелся пешком и размял мышцы; осознал, что нужно выходить на 15 минут раньше" и т.д. .

**"Бывает хуже"**: когда ситуация кажется "катастрофической", попробовать представить, как она могла бы развиваться дальше в худшую сторону. В какой-то момент можно увидеть и то, что произошло сейчас, не является таким страшным, каким могло бы быть. Появился повод порадоваться именно такой ход событий.

Использование этого приема часто требует шаблона мышления "если бы ..., то ...". Например, после не слишком успешной сдачи экзамена студент думает: "Если бы я вчера не сидел столько за компьютером, то мог бы сдать экзамен хорошо" или "Если бы я вчера не полистал учебник, то не получил бы даже удовлетворительной оценки". В первом случае констатируется альтернативный сценарий событий, который мог бы привести к лучшему по сравнению с реальностью развития событий. Во втором, наоборот, выстраивается сценарий, по которому текущее состояние воспринимается как относительно хорошее, поскольку могло быть хуже. Такой вариант

является более приемлемым, чтобы улучшить собственное эмоциональное состояние.

**"Неудачи в жизни уже были, теперь я отношусь к ним иначе"**: этот прием хорошо описано Львом Толстым в "Анне Карениной": "Еще сразу после возвращения в Москву, когда Левин каждый раз вздрагивал и краснел, вспоминая позор отказа, он говорил себе: "Так краснел и вздрагивал я, когда считал, что все погребло, когда получил единицу по физике и остался на втором курсе; так же считал себя погребшим после того, как испортил порученное мне сестрой дело. И что же? Сейчас, когда прошли годы, я вспоминаю и удивляюсь, как это могло огорчить меня. Так же будет и с этим горем. Пройдет время, и я буду к этому равнодушным "".

**"Не было бы счастья, да несчастье помогло"**. Хорошей иллюстрацией этого приема выход из трагической ситуации героями "Игроков" Николая Гоголя: **"Успокаивающий (держит Глова за руку с пистолетом)**: Что ты, что ты, брат, сдурел? Слышите, слышите, господа, уже пистолет решил случайно засунуть в рот, а? ... ты дурак просто, позволь тебе сказать. ты счастья своего не видишь. ты не чувствуешь, как ты выиграл потому, что проиграл? **Глов (досадливо)**: что же вы на самом деле меня уже за дурака есть Какой тут выигрыш проиграть 200000? Черт побери! **Успокаивающий**: Ох ты, простофиля! знаешь ли ты, которую ты себе этим славу заживешь в полку? Слышите, мелочь! Еще не став юнкером, ты этим уже проиграл 200000, тебя же гусары на руках будут носить. **Глов (ободрившись)**: Что вы думаете ли у меня не хватит духу наплевать на все это, если уж на то пошло? Черт побери, да здравствуют гусары! "

Также возможно использовать и другие способы переоценки, такие как **»не очень и хотелось "**, **" главное в жизни не это, поэтому не стоит относиться к этому так серьезно "**. Снижение субъективной значимости события помогает отойти на заранее подготовленные позиции и готовиться к следующему штурму без значительных потерь здоровья;

2) быть достаточно информированным относительно определенного вопроса или события.

Опираясь на положения информационной теории Павла Симонова, отметим, что эмоция возникает при отсутствии у индивида нужной информации. При этом эмоция может быть разной - положительной или отрицательной. Этот факт, несомненно, может актуализировать необходимость регуляции эмоций: и в случае деструктивного влияния негативной эмоции, и в случае деструктивного влияния избыточного по силе проявления негативной или позитивной эмоции. Как утверждал Карл Юнг, в структуре психики человека эмоции создают определенную взаимосвязь с мышлением. Когда в сознании доминирует мощная эмоция (или положительная, или отрицательная), мышление находится в подчиненном состоянии, и человек теряет способность рационально оценивать ситуацию, в которую попала. Например, раздраженную человека невозможно успокоить обращенными к ней словами, а страстно влюбленной девушке невозможно доказать, что ее избранник не такой, каким она его видит.

Когда человек находится в состоянии чрезмерного возбуждения, лучше помочь ей разрядить чувство, дать выговориться. В таком случае целью саморегуляции будет не капсулирования чувств, а использование цивилизованного способа их выражения. Когда человек выговорится, ее возбуждение уменьшается, и в этот момент появляется возможность объяснить ей что-то, успокоить, направить.

Известно, что недостаточный объем информации о текущих дел приводит к неопределенности ситуации. Именно неопределенность является достаточно мощным эмоциогеном. Поэтому в целях саморегуляции эмоционального состояния важно получить нужную информацию и снять эту неопределенность;

3) иметь предварительно подготовленные стратегии отступления, чтобы снизить чрезмерное возбуждение, уменьшить уровень страха возможности получить неблагоприятный результат, а также создать оптимальный фон для решения проблемы. Например, абитуриент, когда подает документы в престижный университет и объективно имеет малые шансы на вступление в него, может как отступную стратегию использовать мысль: "Если не поступлю в этот университет, пойду в другой».

Эмоциональная саморегуляция настраивает на общение в соответствующих ситуациях (во время встречи, беседы, дискуссии, диспута, сборов и т.д.). Эмоциональный настрой на ситуацию прежде всего означает перевод повседневных эмоций человека в тональность, которая соответствует сущности ситуации взаимодействия. В условиях делового общения и учебного частности, возникает необходимость планировать эмоциональную окраску как отдельных актов общения, так и всей системы взаимодействия. Определяющим фактором такого концепта эмоционального сопровождения общения является психологический настрой самого человека, основанный на результатах социально-психологической оценки ситуации общения.

В процессе эмоциональной саморегуляции можно выделить *три фазы* :

- Эмоциональное «заражение» проблемой, темой и материалом будущей ситуации общения;
- Эмоциональную идентификацию на этапе разработки и поведения (действий) и программы предстоящего общения;
- Оперативную эмоциональную перестройку в контексте конкретной ситуации общения.

### **3. Приемы и правила эффективного общения**

Для эффективного общения необходимо знать некоторые приемы, т.к. многие из них действуют на уровне подсознания. Дело все в том, что многие из них люди используют еще с каменного века. Например, раскрытые ладони в древности означали «у меня нет оружия». Сейчас это означает дружелюбный и открытый настрой собеседника.

Несколько приемов для эффективного общения:

«Правило трех двадцати»: 20 сек. вас оценивают, 20 сек. как и что вы начали говорить, 20 сек. улыбки и обаяния.

*6 правил Глеба Жиглова:*

1. Проявлять искренний интерес к собеседнику.
2. Улыбаться.
3. Запомнить имя человека и не заплыть время от времени повторять его в разговоре.
4. Уметь слушать.
5. Вести разговор в кругу интересов вашего собеседника.
6. Относиться к нему с уважением.

Можно увеличить полезность контакта: быть наблюдательным, сделать комплимент, говорить о проблемах собеседника. Результатом будет:

1. Формальный контакт перерастает в нормальное человеческое общение.
2. Вы завоеуете собеседника.
3. Вы повесите вашу самооценку.

**Правила эффективного общения по Блэку:**

1. Всегда настаивать на правде.
2. Строить сообщения просто и понятно.
3. Не приукрашивать, не набивать цену.
4. Помнить, что 1/2 аудитории женщины.
5. Делать общение увлекательным, не допускать скуки и обыденности.
6. Контролировать форму общения, не допускать экстравагантности.
7. Не жалеть времени на выяснение общего мнения.
8. Помнить о необходимости непрерывного общения и выяснения общего мнения.
9. Стараться быть убедительным на каждом этапе общения.

Некоторые эксперты считают, что способность каждого человека говорить, различна и свидетельствует о наличии в человеке двух качеств:

1. Степень самоуверенности, т.е. на сколько он уверено себя чувствует, т.е. на сколько он прав.
2. Его степень неуверенности в себе.

Критерии оценки уверенности или неуверенности служат слова, которые употребляет человек и частота их повторения. Слова вставки и слова служащие для выражения неопределенности выдают неуверенность: вообще-то, как сказать, я думаю, по-моему, и т.д. Утвердительные выражения характеризуют уверенность: однозначно, правильно, великолепно и т.д. Есть несколько критериев, которым должна соответствовать наша речь:

1. То, что мы говорим, должно быть обоснованно.
2. Иметь смысл.
3. Быть взаимосвязано.
4. Понятно для окружающих.

### **3. Убеждение и внушение как методы организованного воздействия.**

Коммуникативное воздействие в широком смысле – воздействие на индивидуальное и/или коллективное сознание и поведение, осуществляемое разнообразными речевыми средствами, иными словами – с помощью сообщений на естественном языке. Иногда под понятие речевого воздействия подводят также использование сообщений, построенных средствами так называемых паралингвистических (т.е. «окололингвистических») семиотических систем, к которым относятся, прежде всего, жесты, мимика и позы (так называемая кинесика, образующая ядро паралингвистики в традиционном понимании последней); эстетические коды словесного творчества (например, стилистические коды и систему интертекстуальных ссылок); а также, в случае письменной коммуникации, средства графического оформления текста (метаграфемика).

В узком смысле, который на практике встречается гораздо чаще, под речевым воздействием понимают использование особенностей устройства и функционирования перечисленных знаковых систем, и, прежде всего, естественного языка, с целью построения сообщений, обладающих повышенной способностью воздействия на сознание и поведение адресата или адресатов сообщения.

Причинами возникновения и развития науки о речевом воздействии являются следующие:

- причины социально-политического характера (риторика, искусство убеждения наиболее полно развивается лишь в демократичном государстве);
- психологические причины, которые связаны с изменением концепцией человека в обществе. Человек оказался не примитивным существом, а сложным, разносторонним в психологическом плане;
- коммуникативные причины: расширяется значение устной речи, расширение сфер общения людей;
- экономические причины (возникла необходимость в науке о рекламе, в совершенствовании управлением производством).

А.А. Леонтьев определяет речевое воздействие как акт общения с точки зрения его целенаправленности. В условиях диалогической коммуникации происходит взаимное влияние участников общения друг на друга. Если же общение носит форму монолога (хотя даже в этом случае можно наблюдать обратную связь), то воздействие говорящего на слушателя будет выражено более эксплицитно, чем воздействие реципиента на оратора (которое также имеет место в условиях коммуникации).

Способы речевого воздействия:

В реальном коммуникативном акте разные способы воздействия выступают, как правило, в совокупности, поэтому можно говорить лишь о доминировании, преобладании какого-либо типа.

Ряд авторов выделяет следующие виды речевого воздействия:

- информативное воздействие;
- фактическое воздействие;
- убеждение;

-суггестия.

Фактическое воздействие служит в большей степени для формирования этического образа оратора, его манеры поведения.

Информативное воздействие относительно нейтрально, менее ненавязчиво. Ряд исследователей, как увидим ниже, относят его к виду убеждающего воздействия.

И. Стернин определяет пять типов речевого воздействия:

1.Доказывание. Доказывать - это приводить аргументы, подтверждающие правильность какого-либо тезиса. При доказывании аргументы приводятся в системе, продуманно, в соответствии с законами логики. Доказывание - это логический путь речевого воздействия, обращение к логике мышления человека. Доказываем мы так: «Во-первых, во-вторых, в третьих...». Доказывание хорошо действует на человека с логическим мышлением, но логика действует эффективно не на всех (далеко не все мыслят логически) и не всегда (в некоторых условиях эмоция полностью подавляет логику).

2.Убеждение. Убеждать - это вселять в собеседника уверенность, что истина доказана, что тезис установлен. В убеждении используется и логика, и обязательно - эмоция, эмоциональное давление. Убеждаем мы примерно так: «Во-первых... Во-вторых... Поверь, так оно и есть! Это действительно так! И другие так думают. Я это точно знаю! Ну почему ты не веришь? Поверь мне, это действительно так...» и т.д. Убеждая, мы стараемся фактически навязать свою точку зрения собеседнику.

3.Уговаривание. Уговаривать - это преимущественно эмоционально побуждать собеседника отказаться от его точки зрения и принять нашу - просто так, потому что нам этого очень хочется. Уговаривание всегда осуществляется очень эмоционально, интенсивно, использует личные мотивы и основано обычно на многократном повторе просьбы или предложения: «Ну, пожалуйста... ну сделай это... ну что тебе стоит...». Уговаривание эффективно в ситуации эмоционального возбуждения, когда собеседник в равной степени может выполнить просьбу, а может и не выполнить. В серьезных вопросах уговаривание обычно не помогает.

4.Внушение. Внушать - это побуждать собеседника поверить вам без обдумывания, без критического осмысления. Внушение основано на сильном психологическом, эмоциональном давлении, часто - на авторитете собеседника. Сильные, волевые, авторитетные личности, «харизматические типы» (вроде Сталина) могли внушить людям практически что угодно. Очень внушаемы дети по отношению к взрослым, часто внушаемы молодые девушки, женщины по отношению к решительным мужчинам.

5.Принуждение. Принудить - значит заставить человека сделать что-либо против его воли. Принуждение основывается обычно на грубом нажиме либо прямо на демонстрации грубой силы, угрозах: «Кошелек или жизнь».

Принуждение запрещено законом; уговаривание в ПР-практике, как правило, мало эффективно, а доказательство трудно выполнимо из-за сухости, неэмоциональности текста, построенного исключительно на

логических, рациональных, объективных аргументах. В ПР-е чаще всего используют след. виды воздействия: убеждения, в котором преобладает доказательное, объективное начало, и суггестии.

Убеждение. Метод убеждения заключается в передаче сообщений с целью склонить к определенному мнению или поступку человека, воздействуя на его интеллектуальную, эмоциональную и волевую сферы. Убедить – значит с помощью доводов доказать или опровергнуть какое-либо положение. Предметом убеждения может стать как отдельно взятое высказывание, так и система высказываний.

Процесс убеждения характеризуется следующими признаками: сообщение основано на логической аргументации; восприятие сообщения характеризуется осознанностью и критичностью; благодаря этому воздействию адресат способен видеть объект в связи с другими; имидж создает дополнительный стимул для воздействия; характеризуется эксплицитностью в передаче оснований положений и способов аргументации; используется только при наличии исходных позиций сторон, а также несовместимых представлений об одном и том же объекте, явлении; благодаря открытости предполагает свободу в принятии решения и так далее.

Таким образом, исходя из вышеперечисленных признаков, убеждение возможно только в том случае, когда реципиент желает воспринимать доводы адресанта, заинтересован выслушать собеседника.

При убеждении «мы не сообщаем реципиенту ничего, чего бы он уже не знал, но то, что он знает, представляем для него в ином свете» (Леонтьев).

Оратор может использовать следующие виды убеждения, с помощью которых строится аргументация. В.П. Шейнов выделяет четыре вида убеждающего воздействия на сознание: 1) информирование; 2) разъяснение; 3) доказательство; 4) опровержение.

Процесс информирования лежит в основе информативного воздействия, поэтому мы можем говорить о тесной взаимосвязи двух видов речевого воздействия – убеждения и информатики. Характер информативного воздействия для каждого отдельного адресата (адресатов) будет различным. Информирование может происходить при помощи различных методов, основным из которых является рассказ. В основе рассказа лежит индукция (т.е. изложение фактов от частного к общему), или дедукция (от общего к частному).

Разъяснение включает в себя следующие виды: инструктивное, повествующее и рассуждающее. Суть повествующего рассуждения сводится к «изложению фактов в виде живого повествования, которое приводит к определенным выводам» (Ивин). Следовательно, повествующее рассуждение схоже с рассказом. Рассуждающее разъяснение предполагает постановку перед реципиентами вопросов «за» и «против» и приглашает их тем самым к размышлению.

Следующий вид убеждения – доказательство – строится на законах логики и представляет собой выдвижение какого-либо положения (тезиса) и подтверждение его путем приведения доводов (аргументов).

Опровержение – это «рассуждение, направленное против выдвинутого положения и имеющее своей целью установление его ошибочности или недоказанности» (Ивин).

Суггестия (внушение). Под суггестией понимается восприятие одним человеком идеи другого, следование ей. Если убеждение представляет собой вербальное (словесное) воздействие, то суггестия – это как вербальное, так и невербальное воздействие, в том числе и звуковое, интонационное воздействие. При внушении звук несет определенный смысл, который фиксируется не сознанием реципиента, а его бессознательной сферой. Таким образом, звук обращается непосредственно к чувствам, эмоциям.

А.К. Киклевич и Е.А. Потехина говорят о том, что внушение «основывается на иррациональном, неаргументированном воздействии одного субъекта (суггестора) на другого (суггеренда) или группу субъектов, а также на некритическом восприятии сообщения, отсутствии его адекватного понимания, логического анализа его содержательной структуры».

Процесс суггестии характеризуется следующими признаками: адресат лишен логического анализа содержательной структуры сообщения; отсутствует адекватное понимание сообщения; адресант обладает относительно высоким авторитетом и чувствует свое психологическое превосходство перед адресатом; сообщение характеризуется косвенностью в организации компонентов аргументативного воздействия; восприятие сообщения характеризуется некритичностью; цель адресанта скрыта от адресата: приводит к консенсусу незаметно; учитываются такие индивидуальные особенности адресата, как невзрослость, низкий уровень развития интеллекта, массовость, измененное состояние сознания.

К вербальным средствам внушения относятся ее монологичная форма (впрочем, убеждение, как правило, строится также в виде монолога), при которой главная роль принадлежит суггестору. При этом важную роль играют невербальные факторы – социо-психологические характеристики коммуникантов, которые дополняют данный вербальный компонент.

При внушении наблюдается единство текста и действия. При этом текст включает в себе запрещение, приказ, просьбу, заклинание и т.д. Еще одним фактором суггестии является концентрация внимания реципиента на отдельно взятом предмете, объекте, явлении, идее, которые навязываются суггестором. Достигается это в основном за счет многочисленных повторов субъекта дефиниции или с помощью набора его синонимов.

Если рассматривать сообщение при суггестивном воздействии в целом, то необходимо сказать несколько слов о структурировании высказывания, которое осуществляется по правилам прямого/косвенного кодирования. В отличие от убеждения, которое соотносится с прямым кодированием (цель сообщения указывается напрямую; сообщение формулируется предельно четко и допускает лишь одно толкование; языковые единицы точно реферируют к речевой ситуации, а выраженные ими понятия определены и точно градуированы и т.д.), суггестия предполагает косвенное кодирование сообщения. Суть его заключается в том, что сообщение строится непрямо,

т.е. автор использует в речи конструкции, которые позволяют ему передать свои мысли не в прямой форме, а в завуалированной. Средством достижения этого может служить употребление фигур и тропов, которые не только увеличивают, как правило, протяженность текста, но и в латентной форме передают значение слов или отдельных высказываний.

#### **4. Социально-психологические факторы формирования общественного настроения.**

Социальное настроение является одним из интегральных показателей восприятия населением социально-экономических, общественно-политических, духовных процессов, происходящих в социуме, самоощущения людьми своего материального и должностного положения. Цель исследования, результаты которого приведены в данной статье, состоит в анализе факторов, оказывающих воздействие на формирование социального настроения жителей Вологодской области. Проведенное исследование позволило сделать вывод о том, что социальное настроение населения имеет тенденцию к улучшению. В то же время общество все больше отчуждается от власти и в самом социуме наблюдается значительная разобщенность. Настроения россиян все больше связываются с частными, а не общественными интересами, в первую очередь с удовлетворением материальных потребностей. Преодолению социальной атомизации, а также «замкнутости» населения на материальной составляющей жизни будут способствовать повышение уровня доверия населения общественным и государственным институтам, что может быть достигнуто за счет отказа от механизмов имитации и налаживания реального взаимодействия государства и общества посредством референдумов, поддержки местного самоуправления, общественных организаций и объединений, а также содействие формированию духовно-нравственной и культурной идентичности россиян. Для этого крайне важно сформулировать национальную идею, в основе которой должны лежать мировоззренческие установки широких слоев общества, долговременные запросы населения.

Говоря о феномене социального настроения, необходимо отметить ряд его сущностных черт.

Во-первых, социальное настроение носит результирующий характер, вбирающий в себя одновременно влияние как объективных условий, так и субъективных факторов, образующих некий сплав эмоций, чувств, умонастроений, ценностных ориентации и установок, который не является их механической суммой или неким условным объединением: это принципиально новое качество общественного сознания, по которому можно говорить о нем с большей долей достоверности и определенности.

Во-вторых, социальное настроение более определено и более наглядно и специфически «отражает» предшествующий опыт, «переваривает» его, сопоставляя прошлое, и особенно уже происшедшее в общественной и личной жизни, делая выводы и получая уроки на будущее. В этом случае опыт выступает не как кладезь мудрости, созданный и хранимый

на всякий случай, а как инструмент, прямо влияющий на характер, глубину социального настроения.

В-третьих, социальное настроение - это «неотложенное», актуализированное реальное сознание, которое управляет жизнью человека именно в данный момент времени. Несмотря на то, что настроение может иметь волнообразный характер выражения и в нем на первый план могут выходить те или иные проблемы, оно обладает в целом большей долговременностью своего действия, чем общественное мнение, носящее часто быстро преходящий характер.

В-четвертых, социальное настроение - это тот элемент реально функционирующего сознания, который означает практическую готовность к действию и является непосредственным предшественником и даже компонентом поведения. Если при изучении общественного сознания мы постоянно убеждаемся, что далеко не все его реальные элементы - информированность, знания, суждения, мнения - приобретают характер активного начала, то социальное настроение - именно тот предшественник (а иногда участник) поведения человека, по которому непосредственно можно судить о действительных реальных намерениях людей, их отношении к окружающему миру и процессам, происходящим в нем.

И, наконец, социальное настроение - это еще и фон, который «окрашивает» жизнь людей, показывает с высокой степенью вероятности направленность их поведения и помогает спрогнозировать возможность усиления позитивных и ослабления негативных аспектов общественного сознания.

Но кроме понятия «социального настроения» существует и понятие «общественного настроения». Принципиальных различий между этими двумя понятиями нет, но общественное настроение - более широкое понятие, характеризующее отношение людей к экономическому, политическому, социальному состоянию общества в определенный период времени. Но и социальное настроение формируется под влиянием политических, экономических, социальных и духовных факторов. В этом отношении значительных различий между общественным и социальным настроением мы не находим. Общественное настроение объединяет и побуждает к действию определенные группы, слои населения и даже народы Дилигенский А. Социально-политическая психология. М., 1996. С. 57-58..

Первое отличие общественного настроения от социального настроения состоит в том, что социальное настроение в настоящее время в значительной степени находится под воздействием общественно-политических процессов, и именно в политическом аспекте глубже затрагивает социальные проблемы жизни общества. Оно может проявляться через отдельные проблемы, даже детали этих проблем. Скажем, для человека не важно, каковы сегодня российско-американские политические отношения, но для него важно - что он конкретно будет иметь, чувствовать, если они улучшатся или ухудшатся. На его социальное настроение вряд ли сможет положительно повлиять информация о том, что в каком-то регионе полностью решена жилищная

проблема, если он не имеет своей квартиры. Иными словами, на социальное настроение влияет не только вся масса проблем, неразрешенных вопросов, но и отдельные их проявления. Это второе отличие общественного настроения от социального настроения.

И, наконец, третье отличие общественного настроения от социального состоит в том, что общественное настроение - это массовидное явление, способное быть движущей силой всего общественного развития, тогда как социальное настроение большей частью - лишь отражение доминант общественного сознания и социальной практики людей, социальных групп и социальной организации общества. А так как все общество социально неоднородно, то и социальное настроение у различных слоев общества тоже может быть разным.

Социальное настроение может как объединять, так и разъединять людей. Примером является современное состояние общества, когда небольшая часть, используя характерную для переходного периода нестабильность, экономический и правовой хаос, занялась не организацией производства, а личным обогащением за счет обнищания других слоев. Различные периоды жизни общества также могут отражаться в социальном настроении.

## **Практический раздел**

### **Тема 1. Социально-коммуникативные технологии как предмет научного знания**

Вопросы для семинарского занятия

1. Место и роль технологий в профессиональной деятельности.
2. Проблемы и перспективы применения социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности.
3. Проблема общения в современном мире.
4. Особенности коммуникативного процесса между людьми, влияние позиции партнеров на эффективность коммуникативного процесса.

### **Тема 2. Коммуникативное пространство и его организация в профессиональной деятельности.**

Вопросы для семинарского занятия

1. Понятие социальной перцепции и ее психологическое содержание.
2. Психологические факторы и механизмы формирования образа человека и взаимоотношений в профессиональной деятельности.
3. Установление контакта с аудиторией.
4. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации.

### **Тема 4. Социально-коммуникативные технологии и формирование поведенческой гибкости**

Вопросы для семинарского занятия

1. Моделирование как феномен. Принципы моделирования поведения.
2. Моделирование поведенческой гибкости как индивидуальный процесс.
3. Модель Т.О.Т.Е.
4. Моделирование взаимодействия. Моделирование и выработка гибкости — достижение конгруэнтности.
5. Применение модели Уолта Диснея в практической деятельности.
6. Синтоническая модель общения.
7. Теория символического интеракционизма в управлении.
8. Применение психоаналитической теории при оценке взаимодействия людей.
9. Теория управления впечатлениями.

## **Тема 5. Технологии снятия психологических барьеров в общении**

### Вопросы для семинарского занятия

1. Барьеры общения как факторы, затрудняющие процесс коммуникации.
2. Типология психологических барьеров.
3. Сотрудничество, кооперация и конкуренция как форма взаимодействия.
4. Психологические предпосылки, факторы и механизмы организации сотрудничества.

## **Тема 6. Технологии социально-психологического воздействия на собеседника в процессе коммуникации.**

### Вопросы для семинарского занятия

1. Общая характеристика методов и приемов социально-психологического воздействия в профессиональной деятельности.
2. Эффективность приемов и техник влияния на человека в ходе общения и взаимодействия.
3. Использование приема присоединение и якорения в практике общения и взаимодействия.
4. Особенности применения приемов (переформирования, выбор без выбора и метафоры при разрешении конфликтных ситуаций, приемы допущения, аналогового обозначения и свертки в профессиональной деятельности).
5. Убеждение и внушение как методы организованного воздействия.
6. Социально-психологические факторы формирования общественного настроения. Особенности действия механизмов общественного настроения.

## **ЗАДАНИЯ ДЛЯ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ (УСР)**

### **Тема 3. Виды коммуникации. Уровни коммуникации**

1. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации.
2. Модели поведения в межличностном взаимодействии.
3. Приемы и способы эффективной коммуникации в профессиональной деятельности.
4. Модерация как социально-коммуникативная технология.
5. Управление событиями как социально-коммуникативная технология.
6. PR, реклама, брендинг как социально-коммуникативные технологии.

## **Тема 5. Технологии снятия психологических барьеров в общении**

1. Барьеры социально-культурного различия и барьеры отношения.
2. Положительные и отрицательные факторы, проявляющиеся при снятии психологических барьеров в общении.
3. Особенности снятия психологических барьеров общения в профессиональной деятельности.

## ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Проблемы и перспективы применения социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности.
2. Психологические факторы и механизмы формирования образа человека и взаимоотношений в профессиональной деятельности.
3. Социально-перцептивные ошибки, причины их возникновения и способы преодоления.
4. Искажение информации, причины возникновения и способы преодоления.
5. Установление контакта с аудиторией и его особенности.
6. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации.
7. Инфографика, ее информативная и художественная составляющие.
8. Проксемические особенности невербальной коммуникации.
9. Конструктивное слушание и его правила.
10. Приемы и способы эффективной коммуникации в профессиональной деятельности.
11. Модерация как социально-коммуникативная технология.
12. Управление событиями как социально-коммуникативная технология.
13. PR, реклама, брендинг как социально-коммуникативные технологии.
14. Моделирование поведенческой гибкости как феномен и индивидуальный процесс.
15. Модель Т.О.Т.Е.
16. Особенности тренировки поведенческой гибкости.
17. Применение модели Уолта Диснея в практической деятельности.
18. Синтоническая модель общения.
19. Трансактный анализ Э. Берна.
20. Теория обмена.
21. Теория символического интеракционизма в управлении.

22. Применение психоаналитической теории при оценке взаимодействия людей.
23. Теория управления впечатлениями.
24. Барьеры общения как факторы затрудняющие процесс коммуникации и их типология.
25. Психологические предпосылки, факторы и механизмы организации сотрудничества.
26. Кооперация и конкуренция как формы взаимодействия в профессиональной деятельности.
27. Эффективность приемов и техник влияния на человека в ходе общения и взаимодействия.
28. Метамодел ь как система прояснения модели мира человека.
29. Убеждение и внушение как методы организованного воздействия.
30. Рациональные и эмоциональные характеристики убеждающего воздействия и условия эффективности убеждения.
31. Внушение как целенаправленное неаргументированное воздействие и условия эффективности внушения.
32. Феномены суггестии и прикладное значение исследований социальной суггестии.
33. Социально-психологические факторы формирования общественного настроения.

## **РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ**

### **ЗАЧЁТНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ**

1. Социально-коммуникативные технологии, их особенности и классификация.
2. Проблемы и перспективы применения социально-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности.
3. Психологические механизмы передачи и приема информации в коммуникативном процессе.
4. Понятие социальной перцепции и ее психологическое содержание.
5. Социально-перцептивные ошибки, причины их возникновения и способы преодоления.
6. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации.
7. Искажение информации, причины возникновения и способы преодоления.
8. Установление контакта с аудиторией и его особенности.
9. Типы коммуникации в зависимости от способа восприятия (слуховое, визуальное и кинестетическое восприятие).
10. Проксемические особенности невербальной коммуникации.
11. Правила конструктивного слушания.
12. Модели поведения в межличностном взаимодействии.
13. Управление событиями как социально-коммуникативная технология.
14. Приемы и способы эффективной коммуникации в профессиональной деятельности.
15. Модерация как социально-коммуникативная технология.
16. PR, реклама, брендинг как социально-коммуникативные технологии.
17. Моделирование поведенческой гибкости как индивидуальный процесс.
18. Модель Т.О.Т.Е.
19. Применение модели Уолта Диснея в практической деятельности.
20. Синтоническая модель общения.
21. Трансактный анализ Э. Берна.
22. Теория управления впечатлениями.
23. Барьеры общения и их типология. сотрудничества.
24. Общая характеристика методов и приемов социально-психологического воздействия в профессиональной деятельности.
25. Эффективность приемов и техник влияния на человека в ходе общения и взаимодействия.
26. Убеждение и внушение как методы организованного воздействия.
27. Социально-психологические факторы формирования общественного настроения.
28. Особенности действия механизмов общественного настроения.

## ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

### СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

#### ОСНОВНАЯ:

25. Основы теории коммуникаций : учебник / под ред. проф. М. А. Василица. – М. :Гардарики, 2003. – 615 с.
26. Основы теории коммуникации : в 2 ч. : учеб. пособие / сост. Н. Р. Валитова ; Сиб. гос. ун-т физ. культуры и спорта. – Омск : СибГУФК, 2010. – Ч. 1. – 200 с. – Ч. 2. – 248 с.

#### ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ:

27. Андреева, Г. М. Социальная психология : учеб.для студентов высших учеб. заведений, обучающихся по направлению с специальности «Психология» / Г. М. Андреева. – Изд. 5-е, испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 362 с.
28. Белановский, С. А. Глубокое интервью : учеб.пособие / С. А. Белановский. – М. :Никколо-Медиа, 2001. – 320с.
29. Бландел, Р. Эффективные бизнес-коммуникации.Теория и практика в эпоху информации / Р. Бландел. – СПб. : Питер, 2000. – 384 с.
30. Вацлавик, П. Психология межличностный коммуникаций / П. Вацлавик, Дж. Бивин, Д. Джексон. – СПб. : Речь, 2000. – 320 с.
31. Вершинин, М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе / М. С.Вершинин. – СПб. : Издательство Михайлова В.А., 2001. – 252 с.
32. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация : учебник/ О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 272 с.
33. Горянина, В. А. Психология общения : учеб.пособие для студентов фак. соц. работы / В. А. Горянина. – 2-е изд., стер. – М. :Academia, 2004. – 415 с.
34. Грачев, М. Н. Политика, политическая система, политическая коммуникация / М. Н. Грачев. – М. : НОУМЭМ, 1999. – 328 с.
35. Джефкинс, Ф. Паблик рилейшнз / Ф. Джефкинс, Д. Ядин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с.
36. Зверинцев, А. Б. Коммуникационный менеджмент / А. Б. Зверинцев. – СПб. : Изд-во Буковского, 1995. – 288 с.
37. Кириченко, А. В. Современные психологические технологии влияния на личность в профессиональных целях / А. В. Кириченко ; науч. ред. А. А. Деркач. – Минск : Тесей, 2003. – 223 с.
38. Лабунская, В. А. Психология затрудненного общения / В. А. Лабунская, Ю. А. Менджерицкая, Е. Д. Бреус. – М. : Академия, 2001. – 288 с.
39. Матвеева, Л. В. Психология телевизионной коммуникации / Л. В. Матвеева, Т. Я. Аникеева, Ю. В. Мочалова. – М. : РИП-холдинг, 2004. – 316 с.

40. Основы теории коммуникаций : учебник / под ред. проф. М. А. Василика. – М. :Гардарики, 2003. – 615 с.
41. Пайнс, Э. Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач. – СПб. : Питер, 2001. – 528 с.
42. Перельгина, Е. Б. Психология имиджа / Е. Б. Перельгина. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 221 с.
43. Почепцов, Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2000. – 528 с.
44. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. :Рефл-бук, 2001. – 656 с.
45. Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2002. – 200 с.
46. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2002. – 698 с.
47. Сухов, А. Н. Социальная психология [Электронный ресурс] / А.Н. Сухов, А.А. Дергач. – М., 2001. – Режим доступа: <http://yurpsy.com/files/biblio/spsy/spsy.htm>. – Дата доступа: 04.06.2020.
48. Чалдини, Р. Психология влияния / Р. Чалдини ; [пер. с англ. Е. Бугаева и др.]. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 294 с.