

ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ

ДОЦЕНТ КАФЕДРЫ СУДЕБНОЙ И ПРАВООХРАНИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ГРИГОРЬЕВА

МАРИНА АНАТОЛЬЕВНА

marigriq@bk.ru

8-965-105-77-00





ЛЕКЦИЯ

2.1

ОБЩЕНИЕ, ЕГО СОДЕРЖАНИЕ И РАЗНОВИДНОСТИ



УЧЕБНЫЕ ВОПРОСЫ

- 1. Общение, его основы, структура, содержание**
- 2. Типология общения, его формы, уровни, функции и роль.**

**«тезаурус» - общая система значений,
принимаемая всеми членами группы**



Общение — специфическая форма взаимодействия человека с другими людьми как членами общества; в общении реализуются социальные отношения людей.

В общении выделяют три взаимосвязанных стороны: **коммуникативная сторона** общения состоит в обмене информацией между людьми (информационная функция); **интерактивная сторона** заключается в организации взаимодействия между людьми, например, нужно согласовать действия, распределить функции или повлиять на настроение, поведение, убеждения собеседника (регулятивная функция); **перцептивная сторона** общения включает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление на этой основе взаимопонимания (коммуникативная функция взаимопонимания).



Общение выполняет следующие функции:

- передача культурного опыта;**
- организация совместной деятельности;**
- формирование и развитие межличностных отношений;**
- познание людьми друг друга;**
- самопознание**

Язык — это система знаков, служащая средством человеческого общения, мыслительной деятельности, способом выражения самосознания личности'.

Большое значение в процессе общения имеют знаки. Знак — это любой материальный объект (предмет, явление, событие), который выступает в качестве указания и обозначения и используется для приобретения, хранения, переработки и передачи информации.



Общение — процесс взаимодействия людей, социальных групп, общностей, в котором происходит обмен информацией, опытом, способностями и результатами деятельности.

Выделяют следующие виды общения:

- 1) «Контакт масок»;**
- 2) Примитивное общение;**
- 3) Формально-ролевое;**
- 4) Деловое общение;**
- 5) Духовное;**
- 6) Манипулятивное общение;**
- 7) Светское общение;**

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

Кодекс делового общения иной: 1) принцип кооперативного общения — «твой вклад должен быть таким, какого требует совместно принятое направление разговора»; 2) принцип достаточности информации — «говори не больше и не меньше, чем требуется в данный момент»; 3) принцип качества информации — «не ври»; 4) принцип целесообразности — «не отклоняйся от темы, сумей найти решение»;

5) «выражай мысль ясно и убедительно для собеседника»;

6) «умей слушать и понять нужную мысль»; 7) «умей учесть индивидуальные особенности собеседника ради интересов дела».

Можно выделить виды общения: общение непосредственное (прямое) и опосредованное (косвенное). К формам опосредованного общения можно отнести рекламу, наглядную информацию, или, например, меню в ресторане, несущие основную информационную нагрузку.

Общение

непосредственное
(«прямой» диалог;
разговор
по телефону)

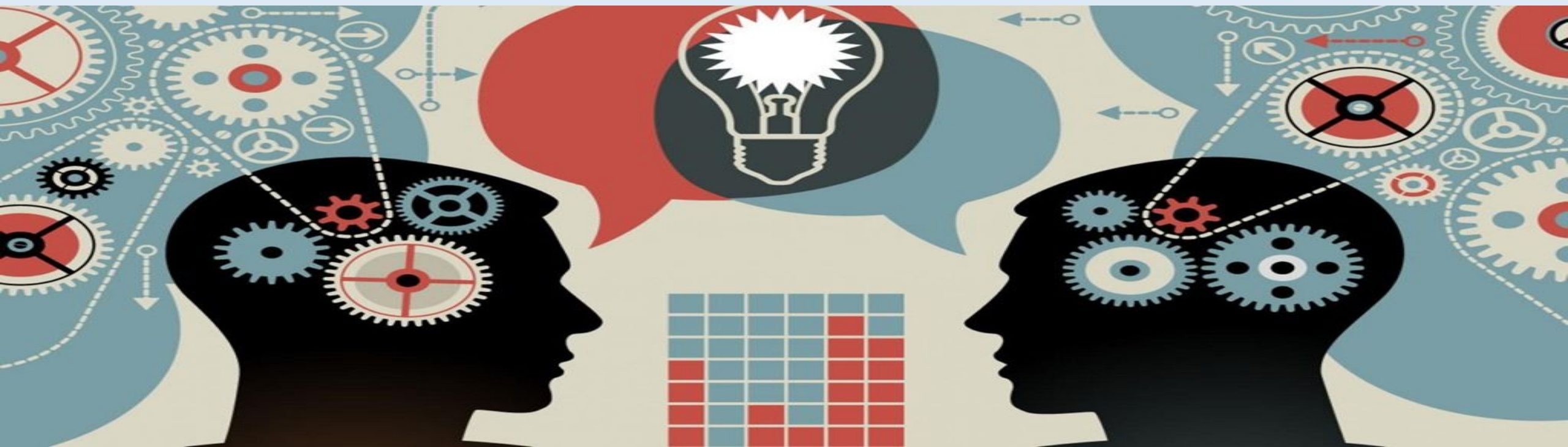


опосредованное
(письма, записки,
интернет,
факс, SMS)



Процесс восприятия одним человеком другого выступает как обязательная составная часть общения и составляет то, что называют *перцепцией*.

Под *восприятием* в социальной психологии понимается целостный образ другого человека, формируемый на основе оценки его внешнего вида и поведения.



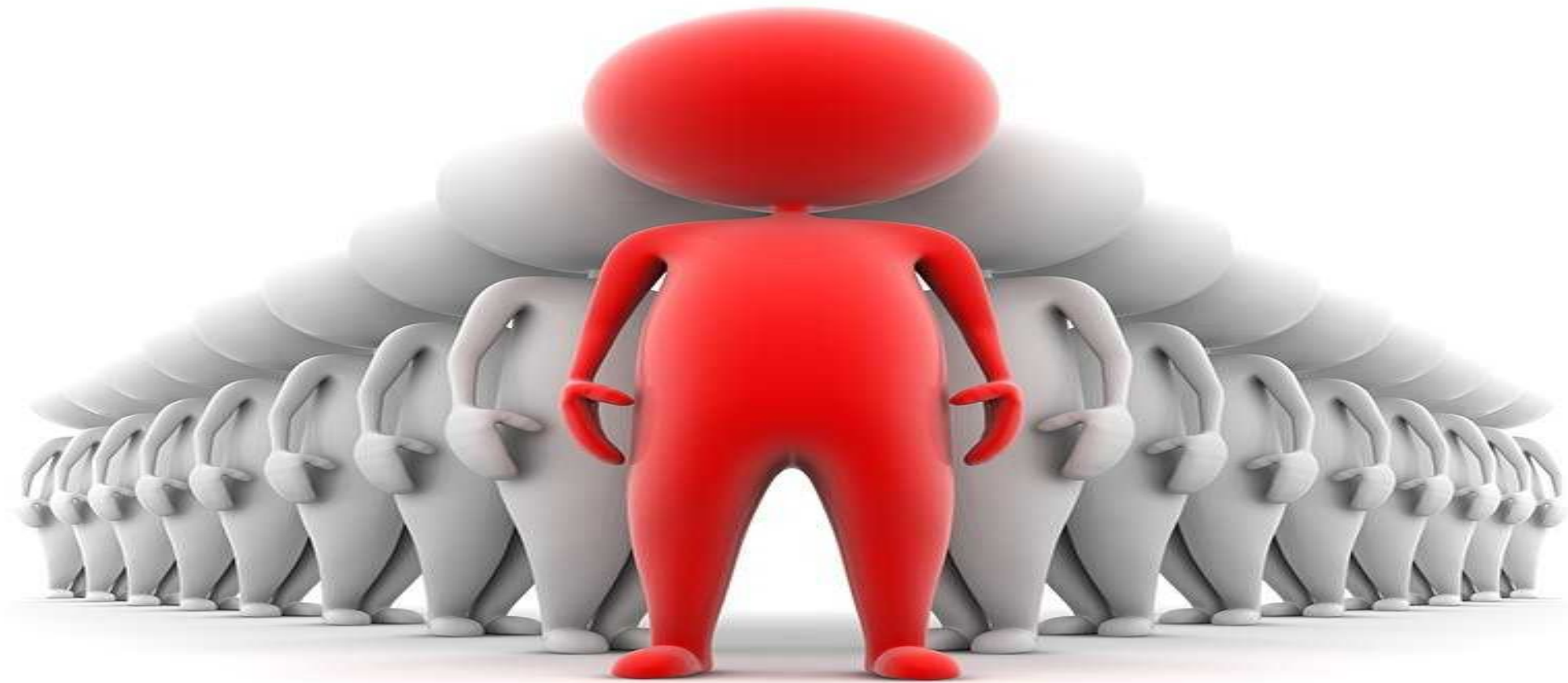
К психологическим механизмам восприятия в межгрупповом общении относят процесс социальной **стереотипизации**, суть которого заключается в том, что образ другого человека строится на базе тех или иных типовых схем. Под социальным стереотипом обычно понимается устойчивое представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной социальной группы.

Под **социальным стереотипом** обычно понимается устойчивое представление о каких-либо явлениях или людях, свойственное представителям той или иной социальной группы.



Люди, вступающие в общение, не равны: они отличаются друг от друга по своему социальному статусу, жизненному опыту, интеллектуальному потенциалу и т. д. При неравенстве партнеров наиболее часто применяется схема восприятия, которая приводит к ошибкам неравенства.

В психологии эти ошибки получили название *фактора превосходства*.



Действие фактора привлекательности при восприятии человека заключается в том, что под его влиянием какие-то качества человека переоцениваются или недооцениваются другими людьми. Ошибка здесь в том, что если человек нам нравится (внешне), то одновременно мы склонны считать его более умным, хорошим, интересным и т. д., т. е. опять-таки переоценивать многие его личностные характеристики.

Фактор отношения к нам действует таким образом, что люди, хорошо к нам относящиеся, оцениваются выше тех, которые к нам относятся плохо. Знаком отношения к нам, запускающим соответствующую схему восприятия, является все, что свидетельствует о согласии или несогласии партнера с нами. Чем ближе чужое мнение к собственному, тем выше оценка высказавшего это мнение человека. Это правило имело и обратную силу: чем выше оценивался некто, тем большее сходство его взглядов с собственными от него ожидали. Убежденность в этом предполагаемом «родстве души» была настолько велика, что разногласий с позицией привлекательного лица испытуемые попросту не замечали.

Психологическими механизмами восприятия и понимания при *межличностном общении* являются идентификация, эмпатия и рефлексия.



Наиболее простой способ понимания другого человека обеспечивается *идентификацией* — уподоблением себя ему. При идентификации человек как бы ставит себя на место другого и определяет, как бы он действовал в подобных ситуациях.



Очень близка к идентификации *эмпатия*, т. е. понимание на уровне чувств, стремление эмоционально откликнуться на проблемы другого человека. Ситуация другого человека не столько продумывается, сколько прочувствуется. Основоположник гуманистической психологии *К. Роджерс* (1902—1987) определял эмпатическое понимание как «умение войти внутрь личного мира значений другого человека и увидеть правильно ли мое понимание».

Эмпатия — способность эмоционально воспринять другого человека, проникнуть в его внутренний мир, принять его со всеми его мыслями и чувствами. Способность к эмоциональному отражению у разных людей неодинакова. Выделяют три уровня развития: *первый уровень* — низший, когда, общаясь с собеседником, человек проявляет своеобразную слепоту к состоянию, переживаниям, намерениям собеседника; *второй уровень* — по ходу общения у человека возникают отрывочные представления о переживаниях другого человека; *третий уровень* — отличает умение сразу войти в состояние другого человека не только в отдельных ситуациях, но и на протяжении всего процесса взаимодействия.

Логическая форма познания личностных особенностей себя и других людей — рефлексия;

Процесс понимания друг друга опосредован процессом рефлексии. В социальной психологии под рефлексией понимается осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению. Это уже не просто знание другого, но знание того, как другой понимает меня, т. е. своеобразный удвоенный процесс зеркального отражения друг друга.

Механизмы взаимопонимания: рефлексия



***Факторы, которые мешают правильно воспринимать и оценивать людей.
Основные из них таковы:***

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

2. Наличие уже сформированных стереотипов, в соответствии с которыми наблюдаемые люди заранее относятся к определенной категории и формируется установка, направляющая внимание на поиск связанных с ней черт.

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

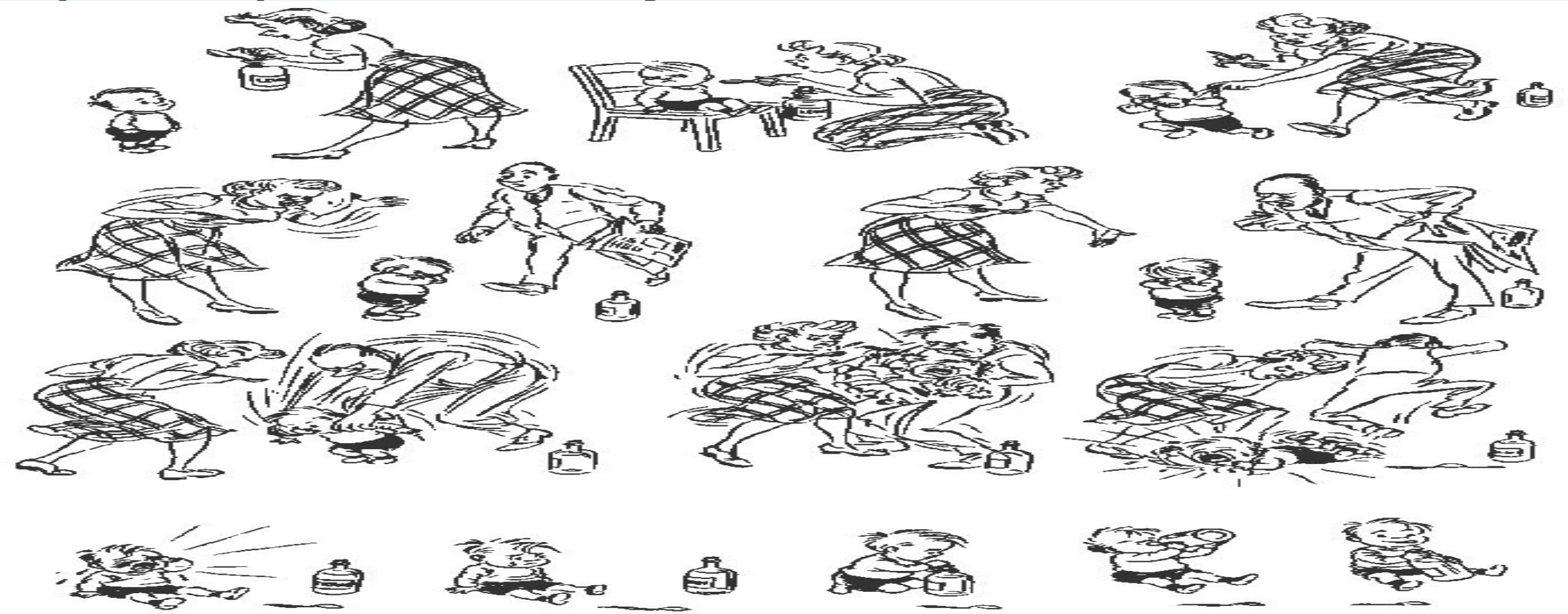
4. Безотчетное структурирование личности другого человека проявляется в том, что логически объединяются в целостный образ только строго определенные личностные черты, и тогда всякое понятие, которое не вписывается в этот образ, отбрасывается.

5. **Эффект «ореола»** проявляется в том, что первоначальное отношение к какой-то одной частной стороне личности распространяется на весь образ человека, а затем общее впечатление о человеке переносится на оценку его отдельных качеств. Если общее впечатление о человеке благоприятно, то его положительные черты переоцениваются, а недостатки либо не замечаются, либо оправдываются. И наоборот, если общее впечатление о человеке отрицательно, то даже благородные его поступки не замечаются или истолковываются превратно как своекорыстные.



6. **Эффект «проецирования»** проявляется в том, что другому человеку приписываются по аналогии с собой свои собственные качества и эмоциональные состояния.
7. **«Эффект первичности»** проявляется в том, что первая услышанная или увиденная информация о человеке или событии является очень существенной и малозабываемой, способной влиять на все последующее отношение к этому человеку.
8. **Отсутствие желания и привычки** прислушиваться к мнению других людей, стремление полагаться на собственное впечатление о человеке, отстаивать его.
9. **Отсутствие изменений в восприятии и оценках людей**, происходящих со временем по естественным причинам.
10. **«Эффект последней информации»** проявляется в том, что, если вы получили негативную последнюю информацию о человеке, эта информация может перечеркнуть все прежние мнения об этом человеке.

Содержание общения включает в себя определенные способы воздействия партнеров друг на друга. К ним относятся: *заражение, внушение, убеждение и подражание.*



Заражение. В самом общем виде его можно определить, как бессознательную, невольную подверженность человека определенным психическим состояниям. Оно проявляется через передачу определенного эмоционального состояния.

Внушение. Это целенаправленное неаргументированное воздействие одного человека на другого. При внушении (суггестии) осуществляется процесс передачи информации, основанный на ее (некритическом восприятии. Явление сопротивления внушающему (воздействие называется контрсуггестией. Внушение производится (путем непосредственного прививания психических состояний, причем не нуждается в доказательствах и логике. Внушение — это эмоционально-волевое воздействие.

Убеждение. Оно построено на том, чтобы с помощью логического обоснования добиться согласия от человека, принимающего информацию. Убеждение представляет собой интеллектуальное воздействие на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению.

Подражание. Его специфика, в отличие от заражения и внушения, состоит в том, что здесь осуществляется не простое принятие внешних черт поведения другого человека, а воспроизведение им черт и образов демонстрируемого поведения. Поскольку речь идет об усвоении предложенных образцов поведения, существуют два плана подражания, или конкретному человеку, или нормам поведения, выработанным группой.

Казуальная атрибуция представляет собой объяснение субъектом межличностного восприятия причин и методов поведения других людей. Объяснение причин поведения человека может быть через внутренние причины (внутренние диспозиции человека, устойчивые черты, мотивы, склонности человека) либо через внешние причины (влияние внешних ситуаций).

Можно выделить следующие критерии анализа поведения:

- **постоянное поведение** — в сходных ситуациях поведение однотипно;
- **отличающееся поведение** — в других случаях поведение проявляется иначе
- **обычное поведение** — в сходных обстоятельствах такое поведение свойственно большинству людей.



Процессы казуальной атрибуции подчиняются следующим закономерностям, которые оказывают влияние на понимание людьми друг друга:

1. Те события, которые часто повторяются и сопровождают наблюдаемое явление, предшествуя ему, обычно рассматриваются как его возможные причины.
2. Если тот поступок, который мы хотим объяснить, необычен и ему предшествовало какое-нибудь уникальное событие, то мы склонны именно его считать основной причиной совершенного поступка.
3. Неверное объяснение поступков людей имеет место тогда, когда есть много различных, равновероятностных возможностей для их интерпретации, и человек, предлагающий свое объяснение, волен выбирать устраивающий его вариант.

При изучении процесса каузальной атрибуции выявлены ее различные закономерности. Например, причину успеха люди чаще всего приписывают себе, а неудачу — обстоятельствам. Характер приписывания зависит также от меры участия человека в обсуждаемом событии. Оценка будет различна в случаях, если он был участником (соучастником) или наблюдателем.

В качестве примера: кто-то опаздывает на свидание с друзьями. Один из ожидающих считает, что это связано с плохой работой транспорта, другой, что опоздание - результат легкомыслия, третий – сомневается, не сообщил ли он опаздывающему другое, неверное место встречи, четвертый – что их специально заставляют ждать.

Таким образом у всех разные представления о причинах опоздания. 1 – обстоятельства, 2 – особенности личности, 3 – причина в себе, 4 – опоздание намеренное и целенаправленное. Причины мотивирования атрибуции разные, потому что друзья по-разному проводят атрибуцию.

Фундаментальная ошибка атрибуции проявляется в тенденции наблюдателей недооценивать ситуационные и переоценивать диспозиционные влияния на поведение других, в тенденции считать, что поведение соответствует диспозициям. Поведение других людей мы склонны объяснять их диспозициями, их индивидуальными особенностями личности и характера («это человек со сложным характером»), свое поведение склонны объяснять, как зависящее от ситуации («в этой ситуации невозможно было вести иначе, а вообще я — совсем не такой»). Таким образом, люди объясняют свое собственное поведение ситуацией («я не виноват, уж такая сложилась ситуация»), но считают, что другие сами несут ответственность за свое поведение.



В повседневной жизни мы часто совершаем фундаментальную ошибку атрибуции:

- сказал человек глупость, значит, он глупый;
- поступил человек плохо, значит, он плохой;
- сказал человек что-то умное, значит, он умный;
- сделал человек что-то хорошее, значит, он хороший.

Фундаментальная ошибка атрибуции подчас опасна. Опасна тем, что скрывает от человека подлинные причины (ситуационные) того или иного неоптимального, вредного и даже саморазрушительного поведения, создает ложное чувство уверенности по схеме «уж я-то на эту удочку не попадусь!» Вот несколько примеров ошибочных умозаключений этого рода:

- В секту попадают только легко внушаемые люди.
- Лженауку потребляют только дураки.
- Пить/курить/колоться не могут бросить только слабовольные.
- Насилуют только виктимных.
- Жертвами мошенников становятся только доверчивые.

Ложное согласие– мы переоцениваем степень распространенности собственной точки зрения

Неравные возможности ролевого поведения– исполнителю роли приписываются определенные позитивные качества, которые легче в ней проявляются

Иллюзорные корреляции– мы склонны произвольно связывать между собой черты, качества, которые легко наблюдаемы.

Пренебрежение информационной ценностью неслучившегося- поверхностно воспринимается «случившееся», а субъект «случившегося» - личность, к ней прежде всего и апеллирует наивный наблюдатель.

Доверие к фактам– мы больше доверяем конкретным фактам, нежели к общему абстрактному суждению. В наблюдаемом сюжете личность непосредственно дана: она – безусловный «факт», а обстоятельство еще надо «вывести».

Проблема «наблюдатель и участник»- у наблюдателя и участника разный угол зрения на происходящие события. Наблюдатель и участник событий располагают неодинаковым количеством информации, участник располагает о себе большей информацией.

Асимметрия в атрибуции успеха и неудачи– собственные успехи люди склонны в большей степени приписывать внутренним причинам, а неудачи – внешним.

Локус контроля– одни люди (интерналы) более склонны к приписыванию внутренних причин, а другие (экстерналы) к приписыванию внешних.

Культура– коллективистские культуры склонны к ситуационным объяснениям, а индивидуалистические – к диспозиционным. **ДИСПОЗИЦИЯ** – готовность, предрасположенность субъекта к поведенческому акту, действию, поступку, их последовательности.

Стереотипы — привычные упрощенные представления о других группах людей, о которых мы располагаем скудной информацией.

На восприятие людей влияют и предубеждения — эмоциональная оценка каких-либо людей как хороших или плохих, даже не зная ни их самих, ни мотивов их поступков.

Установки — неосознанная готовность человека определенным привычным образом воспринимать и оценивать каких-либо людей и реагировать определенным, заранее сформированным образом без полного анализа конкретной ситуации.

Установки имеют три измерения:

- **когнитивное измерение** — мнения, убеждения, которых придерживается человек относительно какого-либо субъекта или предмета;
- **аффективное измерение** — положительные или отрицательные эмоции, отношение к конкретному человеку или информации;
- **поведенческое измерение** — готовность к определенным реакциям поведения, соответствующим убеждениям и переживаниям человека.

Установки формируются: 1) под влиянием других людей (родителей, СМИ) и «кристаллизируются» к возрасту между 20 и 30 годами, а затем меняются с трудом; 2) на основе личного опыта в многократно повторяющихся ситуациях.

Обратная связь в общении — это сообщение, адресованное другому человеку о том, как я его воспринимаю, что чувствую в связи с нашими отношениями, какие чувства вызывает у меня его поведение.

Правила обратной связи таковы:

1. Говори о том, что конкретно делает данный человек, когда его поступки вызывают у тебя те или иные чувства.
2. Если говоришь о том, что тебе не нравится в данном человеке, старайся в основном отмечать то, что он смог бы при желании в себе изменить.
3. Не давай оценок. Помни: обратная связь — это не информация о том, что представляет собой тот или иной человек, это в большей степени сведения о тебе в связи с этим человеком, как ты воспринимаешь данного человека, что тебе приятно и что тебе неприятно.

В процедуре общения выделяют следующие этапы:

1. Потребность в общении (необходимо сообщить или узнать информацию, повлиять на собеседника и т. п.), которая побуждает человека вступить в контакт с другими людьми.
2. Ориентировка в целях и в ситуации общения.
3. Ориентировка в личности собеседника.
4. Планирование содержания своего общения: человек представляет себе (обычно бессознательно), что именно скажет.
5. Бессознательно (иногда сознательно) человек выбирает конкретные средства, речевые фразы, которыми будет пользоваться, решает, как говорить, как себя вести.
6. Восприятие и оценка ответной реакции собеседника, контроль эффективности общения на основе установления обратной связи.
7. Корректировка направления, стиля, методов общения. Если какое-либо из звеньев акта общения нарушено, то говорящему не удастся добиться ожидаемых результатов общения — оно окажется неэффективным. Эти умения называют «социальным интеллектом», «практически-психологическим умом», «коммуникативной компетентностью», «коммуникабельностью».

В структуру речевого общения входят:

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

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

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

При **интерактивном общении** (взаимодействии) характерным является уместность принятых управленческих решений; четкое распределение обязанностей и полномочий; умение предотвращать и разрешать конфликтные ситуации.

Деловое общение как процесс взаимодействия, как правило, предполагает некоторый конечный результат — изменение поведения и деятельности других людей. При этом общение представляет собой межличностное взаимодействие в форме связей и взаимовлияний, сформированных в результате совместной профессиональной деятельности партнеров.

Потребность в деловом общении обуславливает мотивы, по которым партнеры вступают во взаимодействие:

- кооперация (максимизация общего выигрыша);
- индивидуализм (максимизация собственного выигрыша);
- конкуренция (максимизация относительного выигрыша);
- альтруизм (максимизация выигрыша партнера);
- агрессия (минимизация выигрыша партнера):
- равенство (минимизация различий во взаимных выигрышах партнеров).

Теория обмена базируется на четырех принципах:

чем больше вознаграждается определенный тип поведения, тем чаще он будет повторяться;

- человек стремится воссоздать условия, от которых зависит уровень вознаграждения за определенный тип поведения;

- если вознаграждение велико, то человек готов затратить большие усилия для его получения;

- когда потребности человека близки к насыщению, он в меньшей мере стремится прилагать усилия для их удовлетворения.

Теория символического интеракционизма рассматривает поступки человека как социальное поведение, основанное на обмене информацией. Считается, что человек реагирует не только на поступки партнеров по общению, но и на предшествующие им намерения. Согласно этой теории, взаимодействие между партнерами рассматривается как непрерывный диалог, в процессе которого они наблюдают и осмысливают намерения друг друга и реагируют на них. Дж. Мид выделяет два типа реакций (действий):

- незначительный жест (автоматический рефлекс);
- значительный жест, связанный с осмыслением поступка и намерений партнера и преобразуемый в символ, выражающий смысл определенного понятия, действия, или предмета.

Теория управления впечатлениями предлагает рассматривать социальные ситуации как театральные миниатюры, где актерами являются партнеры по общению, а декорациями — организационное окружение. Э. Гофман отмечает, что, «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 ему впечатление, под воздействием которого другие станут самостоятельно делать то, что соответствует его собственным замыслам».

Фрейд в теории психоанализа утверждает, что главной причиной образования стабильных социальных групп является присущее всем людям чувство преданности и покорности лидерам. Процесс взаимодействия людей отражает их детский опыт, и лидер отождествляется с могущественными личностями, которых в детстве олицетворяли родители. Это характерно для ситуаций, когда общение является неформальным или неорганизованным.

Интерактивное общение сопровождается психологическим воздействием, целью или результатом которого является перестройка индивидуальных или групповых отношений, мотивов, взглядов, установок. Изменение личности под воздействием других людей в ходе такой перестройки могут быть временными и переходящими или устойчивыми. На пути таких воздействий каждая личность выстраивает защитные психологические барьеры, фильтрующие воздействия и отделяющие полезные от вредных. По этой причине психологические воздействия лишь при определенных условиях вызывают некоторое изменение в психике людей и соответственно в поведении и профессиональной деятельности.

Императивное общение— это авторитарная, директивная форма взаимодействия с партнером по общению с целью достижения контроля над его поведением, установками и мыслями, принуждения его к определенным действиям или решениям. Особенность императива в том, что конечная цель общения — принуждение партнера — не завуалирована. В качестве средств оказания влияния используются приказы, предписания и требования. Императивная форма общения может эффективно применяться в военных уставных отношениях, в отношениях типа «начальник-подчиненный» в экстремальных ситуациях, в работе при чрезвычайных ситуациях. Но в интимно-личностных, детско-родительских, педагогических отношениях императивная форма общения крайне непродуктивна, так как в первую очередь реализуется установка «сверху-вниз».

Манипулятивное общение— это форма межличностного общения, при которой воздействие на партнера по общению с целью достижения своих намерений осуществляется скрыто. Как императив, манипуляция предполагает стремление добиться контроля над поведением и мыслями другого человека. Сферой «разрешенной манипуляции» является бизнес и деловые отношения вообще.



Дейл Карнеги(24 ноября 1888 - 1 ноября 1955) – американский писатель, публицист, педагог-психолог, преподаватель. Стоял у истоков создания теории общения, переводя научные разработки психологов того времени в практическую область. Разработал собственную концепцию бесконфликтного и успешного общения. Дейл Карнеги жил по принципу того, что нет плохих людей. А есть неприятные обстоятельства, с которыми можно бороться, и совсем не стоит из-за них портить жизнь и настроение окружающим.



формы общения:

Выбор оптимальных видов и форм общения с учетом всех особенностей конкретной ситуации – это важный элемент культуры.

Как и культура в целом, общение многопланово и многослойно, поэтому виды общения характеризуют его по различным параметрам. Н.И. Формановская выделяет следующие **виды общения:**

По цели: фатическое (т.е. неинформативное) – информативное (нефатическое).

По знаковой системе, использованной при общении: вербальное (словесное, т.е. обычно естественный национальный язык) – невербальное (несловесное – жесты, мимика и т. п.).

По форме языка: устное – письменное.

По постоянной/переменной коммуникативной роли-говорящего и ты-слушающего: монологическое – диалогическое.

По положению коммуникантов относительно друг друга в пространстве и времени: контактное – дистантное.

По наличию/отсутствию какого-либо опосредующего «аппарата»: опосредованное - непосредственное.

По количеству участников: межличностное – публичное – массовое.

По характеру взаимоотношений общающихся и обстановки общения: частное – официальное.

По отношению к соблюдению/несоблюдению строгих правил построения и использования готового текста: свободное – стереотипное .и др.

Устное – письменное общение

Эти виды общения соответствуют двум основным каналам общения: устно-слуховому и письменно-зрительному и аналогичным формам речи: устной и письменной.

Специфика устного и письменного общения определяется двумя основными группами причин:

Особенностями ситуаций устного и письменного общения.

Особенностями, определяемыми формой речи.

Контактное –дистантное общение

Эти виды общения отражают положение коммуникантов относительно друг друга в пространстве и времени, т.е. наличие непосредственного контакта (от лат. *contactus* – соприкосновение) между партнерами или его отсутствие и существование между ними пространственной дистанции (от лат. *distantia* – расстояние).

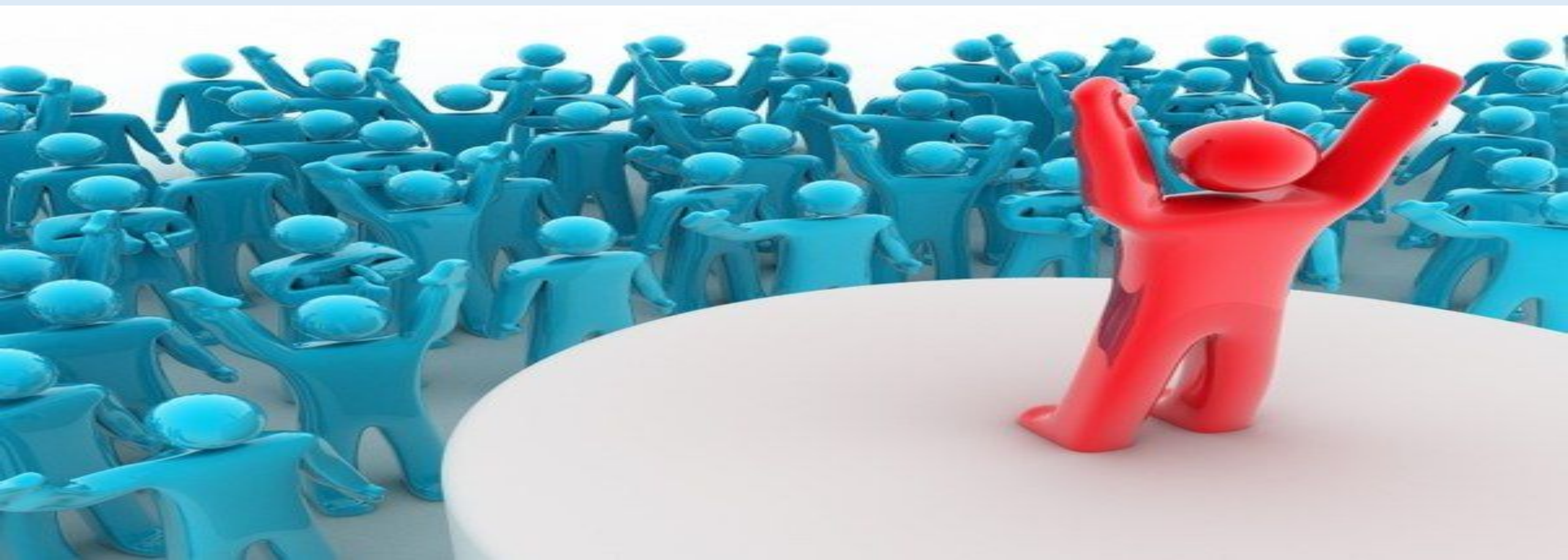
Опосредованное – непосредственное общение

Эти виды общения тесно связаны с контактным и дистантным, поскольку, как правило, контактное общение, не требующее дополнительных средств для его осуществления, – это общение непосредственное. А общение на расстоянии или тогда, когда между «репликами» партнеров проходит некоторое время, требует «посредников», т. е. является опосредованным. К средствам, обеспечивающим возможность дистантного общения, относятся: телефон, письмо, книга, газета, магнитофон, видео, радио, телевидение, компьютер и т. д. Все они могут помочь в передаче и приеме информации.

Каждый из этих видов общения имеет свое предназначение и свою «нишу» в общении.

Межличностное – публичное – массовое общение

Эти виды общения выделяются в зависимости от того, сколько партнеров принимают участие в общении.



Выделяют три уровня общения:

- 1. Макроуровень** выражается в том, что человек общается с другими людьми в соответствии со сложившимися обстоятельствами, традициями или обычаями.
- 2. Мезауровень** предполагает общение в пределах содержательной темы, оно может быть единичным или носить многократный характер.
- 3. Микроуровень** несет элемент содержания и выражается в определенных показателях, которые характерны и для других уровней: вопрос — ответ, рукопожатие, мимика, пантомимика и т. д.

Стили общения

Межличностные отношения между людьми находят свое отражение в стилях общения между ними.

Стиль может быть представлен как типичная для человека система воздействия или взаимодействия с другими людьми.

Он выражает уровень отношений между ними.

По признаку характера отношений между людьми выделяют три традиционных стиля: **авторитарный** (административный, волевой, директивный), **демократический** (коллегиальный, товарищеский), **либеральный** (свободный, нейтральный, номинальный).

*Кооперация означает координацию, единение, упорядочение
единичных сил участников общения в ходе организации
совместной деятельности*

*Конкуренция — это взаимодействие, которое характеризуется
достижением своих личных или общественных целей и интересов в
условиях противостояния интересов между людьми.*

В отечественной психологии принимается идея единства общения и деятельности. Такой вывод логически вытекает из понимания общения как реальности человеческих отношений, предполагающего, что любые формы общения включены в специфические формы совместной деятельности: люди не просто общаются в процессе выполнения ими различных функций, но они всегда общаются в некоторой деятельности, “по поводу” нее. Таким образом, общается всегда деятельный человек: его деятельность неизбежно пересекается с деятельностью других людей. Но именно это пересечение деятельностей и создает определенные отношения деятельного человека не только к предмету своей деятельности, но и к другим людям. Именно общение формирует общность индивидов, выполняющих совместную деятельность. Таким образом, факт связи общения с деятельностью констатируется так или иначе всеми исследователями.

В общении людей возможно установление специфических коммуникативных барьеров:

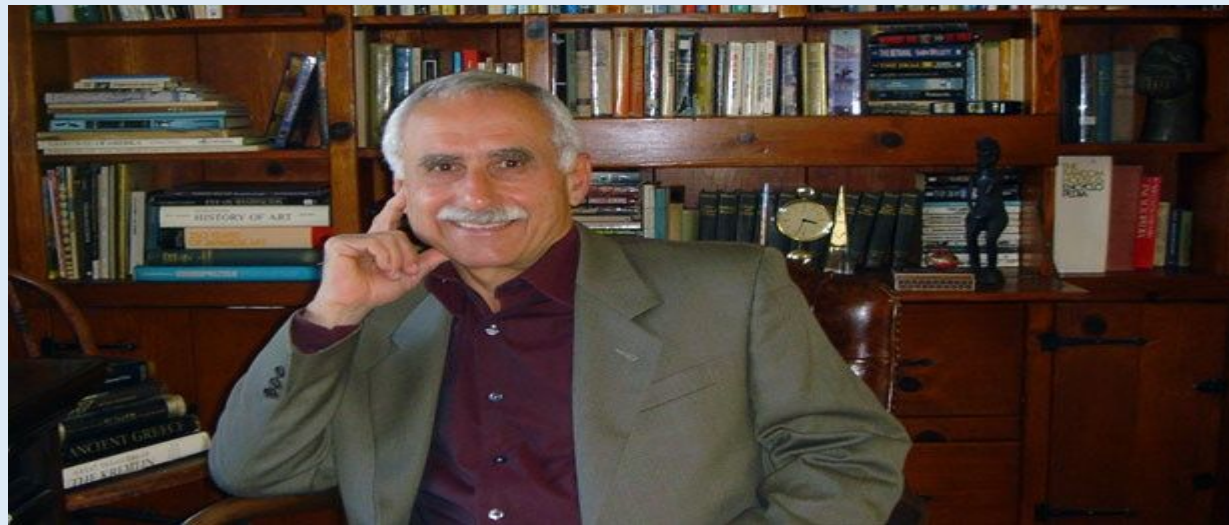
- фонетический (из-за плохой артикуляции, быстрого темпа);
- логический (непринятие логики, аргументов, неумения выстроить последовательную аргументацию);
- стилистический (неудачное структурирование информации, стиль разговора в разных группах м.б. разным);
- семантический (использование терминов («новоязычных» , жаргон, неправильное понимание контекста разговора и самих значений слов, например «Какая ты умная!»). Несовпадение тезаурусов двух людей ведет к появлению семантического барьера;
- социальный (политический, религиозный);
- психологический (например, застенчивость, скрытность).

Меграбян обнаружил, что любое общение состоит из трех коммуникационных элементов: языка тела, голосовых характеристик и слов. В результате он пришел к знаменитой формуле **55 — 38 — 7**, которая означает, что:

55 процентов смысла сообщения передается визуальным путем с помощью языка тела (жестов, поз и мимики);

38 процентов смысла сообщения передается с помощью невербальных элементов речи (интонации, высоты тона голоса и темпа);

7 процентов смысла сообщения передается с помощью слов (их содержания).



Самостоятельная работа обучающихся. Примерные варианты заданий:

1. Дополнить конспект лекций.
2. Подготовить фиксированное выступление на тему:
«Общение, его значимость в деятельности юриста».
3. Подготовить игровые формы отработки приемов и технологий общения.

Основная литература:

- Бороздина Г.В. Психология делового общения. Учебник. М., 2011.
- Станкин М.И. Психология общения. Курс лекций. М., 2003.
- Михалкин Н.В. Социальная психология. М., РАП. 2012.
- Самыгин, Руденко. Деловое общение. М., 2011.
- Слотина Г.В., Чернова Г.Р.. Психология общения. С/Пб., 2012.
- Рабочая книга социолога. Изд.5-е. /Под ред. Г.В. Осипова. М., 2009.

**Спасибо
за внимание!**

