**Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова**

# ПСИХОЛОГИЯ И ЭТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

УЧЕБНИК И ПРАКТИКУМ
ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО БАКАЛАВРИАТА

Под общей редакцией **Г. В. Бороздиной**

*Рекомендовано Учебно–методическим отделом высшего образования в качестве учебника для студентов высших учебных заведений всех направлений и специальностей*

**Книга доступна в электронной библиотечной системе**
**biblio-online.ru**

ВЫБОР ВУЗОВ РОССИИ
2014

**Москва ▪ Юрайт ▪ 2017**

УДК 159.9
ББК 88.5я73
Б83

***Авторы*:**

**Бороздина Галина Васильевна** — кандидат философских наук — предисловие; гл. 1, 2, 6, 8, 9; словарь основных понятий;

**Кормнова Надежда Александровна** — кандидат философских наук, доцент — гл. 3—5, 7.

***Рецензенты*:**

*Касьяник Е. Л.* — кандидат психологических наук, доцент, проректор по учебной работе Республиканского института профессионального образования;

*Смирнов Н. А.* — кандидат философских наук, доцент кафедры философии и методологии науки Белорусского государственного университета.

**Бороздина, Г. В.**

Б83 Психология и этика делового общения : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общ. ред. Г. В. Бороздиной. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 463 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

ISBN 978-5-534-01527-0

В книге собран основной материал по вопросам психологии и этики делового общения. Авторы структурировали его в наиболее удобной и приемлемой для усвоения форме.

Особенностью этого учебника является его комплексный характер: деловое и неформальное общение рассматриваются в тесной взаимосвязи.

Материал изложен живым и доступным языком, широко иллюстрирован конкретными примерами из художественных произведений и реальных жизненных ситуаций, высказываниями известных деятелей. Кроме того, здесь рассматриваются психологические приемы, которые читатели могут использовать в своей жизненной практике.

Учебник содержит контрольные вопросы и задания, словарь основных понятий, список литературы, а в конце каждой главы есть психологический практикум.

Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

*Для студентов вузов, а также для широкого круга читателей.*

УДК 159.9
ББК 88.5я73

© Бороздина Г. В., Кормнова Н. А., 2012
© ООО «Издательство Юрайт», 2017

ISBN 978-5-534-01527-0

# Оглавление

**Предисловие** ..... **7**

**Глава 1. Общение как нравственно-психологическая проблема** ..... **10**

1.1. Сущность, функции и структура общения ..... 11
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 20

1.2. Виды и формы делового общения ..... 21
*Вопросы для самоконтроля* ..... 24

1.3. Коммуникативная сторона общения ..... 25
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 28

1.4. Интерактивная сторона общения ..... 28
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 38

1.5. Перцептивная сторона общения ..... 38
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 51

1.6. Стили общения ..... 52
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 58
*Психологический практикум «Познай себя»* ..... 58

**Глава 2. Невербальные средства общения** ..... **69**

2.1. Кинесические особенности общения ..... 70
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 82

2.2. Проксемические особенности общения ..... 82

Вопросы и задания для самоконтроля ..... 89

2.3. Особенности визуального контакта ..... 90
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 93

2.4. Паралингвистические особенности общения ..... 93
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 98
*Психологический практикум «Познай себя»* ..... 98

**Глава 3. Культура речевого общения** ..... **102**

3.1. Культура речи делового человека ..... 103
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 109

3.2. Публичные выступления ..... 110
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 123

3.3. Нравственно-психологические особенности спора ..... 123
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 130
3.4. Психологические механизмы влияния на партнера ..... 130
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 139
3.5. Культура слушания партнера ..... 139
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 146
3.6. Барьеры в общении и их преодоление ..... 146
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 154
*Психологический практикум «Познай себя»* ..... 154

**Глава 4. Технология делового общения ..... 159**
4.1. Деловой протокол: сущность, характеристика, значение ..... 160
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 168
4.2. Деловые беседы ..... 169
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 184
4.3. Деловые переговоры ..... 185
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 200
4.4. Культура деловых совещаний ..... 200
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 206
4.5. Особенности общения с иностранными партнерами ..... 206
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 225
*Психологический практикум «Познай себя»* ..... 226

**Глава 5. Нравственно-психологические аспекты отношений в коллективе ..... 232**
5.1. Роль этики в деловом общении ..... 233
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 240
5.2. «Человеческие отношения» и мотивация деятельности ..... 241
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 246
5.3. Деловое общение и психология коллектива ..... 246
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 255
5.4. Особенности общения в коллективе «по горизонтали» ..... 256
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 262
5.5. Особенности общения «по вертикали» ..... 262
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 273
*Психологический практикум «Познай себя»* ..... 273

**Глава 6. Конфликты в деловой сфере ..... 278**
6.1. Природа и причины конфликтов ..... 279
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 285

6.2. Типология конфликтов ... 285
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 291
6.3. Разрешение конфликтов ... 291
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 297
*Психологический практикум «Познай себя»* ... 297

**Глава 7. Служебный этикет ... 303**
7.1. Деловая этика и этикет ... 303
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 311
7.2. Приветствия, представления, знакомства ... 311
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 320
7.3. Этикет телефонных разговоров ... 320
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 334
7.4. Культура деловой переписки ... 335
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 341
7.5. Прием и общение с посетителями ... 342
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 349
7.6. Подарки и сувениры ... 349
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 355
7.7. Официальные приемы ... 355
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 361
*Психологический практикум «Познай себя»* ... 361

**Глава 8. Искусство самопрезентации ... 367**
8.1. Имидж делового человека ... 367
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 372
8.2. Внешний вид делового человека ... 372
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 381
8.3. Телесный имидж ... 381
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 388
8.4. Модели поведения ... 388
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 395
8.5. Самоподача в общении ... 396
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 400
*Психологический практикум «Познай себя»* ... 401

**Глава 9. Стресс-менеджмент в деловом общении ... 405**
9.1. Эмоции в жизни делового человека ... 406
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 410
9.2. Стрессы и стрессовые состояния ... 411
*Вопросы и задания для самоконтроля* ... 419

9.3. Профессиональное выгорание и его профилактика ..... 419
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 434
9.4. Способы и приемы эмоциональной саморегуляции ..... 434
*Вопросы и задания для самоконтроля* ..... 444
*Психологический практикум «Познай себя»* ..... 444
**Словарь основных понятий ..... 454**
**Литература ..... 459**

# Предисловие

Владение искусством общения, знание психологических особенностей и навыки применения психологических методов крайне необходимы специалистам, чья работа предполагает постоянные контакты типа «человек — человек»: политикам, бизнесменам, менеджерам и многим другим. Таким образом, умение строить отношения с людьми, находить подход к ним, расположить их к себе нужно каждому. Необаятельный, угрюмый человек практически всегда испытывает затруднения в общении с коллегами, ему сложно устанавливать контакты с деловыми партнерами, добиваться успехов на переговорах. Залог успеха любых начинаний делового человека, какую бы задачу он ни решал, — создание климата делового сотрудничества, доверия и уважения.

Общение с людьми — это наука и искусство. Здесь важны и природные способности, и образование. Именно поэтому тот, кто хочет достичь успеха во взаимодействии с другими людьми, должен учиться этому. В зарубежных учебных заведениях проблеме общения уделяется огромное внимание. В обучающие программы обязательно включаются этика и психология делового общения, большим успехом пользуются социально-психологические тренинги по общению, издаются многочисленные пособия, способствующие освоению и применению психологических приемов делового общения.

Авторы данной работы поставили своей задачей систематизацию имеющегося материала, структурирование его в наиболее удобной и приемлемой для усвоения форме в соответствии с учебными программами.

Особенностью настоящего учебного пособия является его комплексный характер: деловое и неформальное общение рассматриваются в тесной взаимосвязи.

Материал широко иллюстрирован конкретными примерами из художественных произведений и реальных жизненных ситуаций в такой форме, в которой эти примеры

близки, доступны и легко узнаваемы читателем, рассматриваются психологические приемы, которые читатели могут использовать в своей жизненной практике.

В конце каждой главы помещен психологический практикум. С какой целью это сделано? Всем известно, что управление другими начинается с управления собой. Каждому нужно иметь представление о своих особенностях, способностях, сильных и слабых сторонах. Приведенные в психологическом практикуме тесты и задания выполняют двойственную роль: помогают аккумулировать определенную информацию о себе и пробуждают интерес к собственной личности. Этот интерес будет проявляться и во время тестирования, и после него, так как ответы на поставленные вопросы заставляют задуматься и присмотреться к себе.

Кроме того, важно не только получить определенный объем знаний, но и реализовать эти знания в процессе общения и взаимодействия с другими людьми. Прагматичный Дж. Д. Рокфеллер, хорошо понимая значение общения для деловой деятельности, говорил: «Умение общаться с людьми — такой же покупаемый за деньги товар, как сахар или кофе. И я готов платить за это умение больше, чем за какой-либо другой товар в этом мире».

Но что означает умение общаться? Это значит умение разбираться в людях и на этой основе строить свои взаимоотношения с ними, что предполагает знание этики и психологии общения.

В пособии представлен словарь основных психологических и этических терминов, обращение к которому будет способствовать усвоению материала, а также список литературы, знакомство с которой предоставит читателю возможность более углубленно изучить заинтересовавшие его вопросы.

Авторы надеются, что данное учебное пособие будет полезным всем, кто интересуется этикой и психологией делового общения, кто постоянно работает над собой и стремится к успеху; что данная книга поможет читателю лучше понять и почувствовать те проблемы, с которыми люди сталкиваются на каждом шагу, осознать свои чувства и поступки, обратить взор на свой внутренний мир и, может быть, впервые открыть для себя, что и у других людей такой мир существует.

Восточная мудрость гласит: «Знать, чтобы уметь». Мы будем рады, если знакомство с этой книгой предоставит вам знания, а использование психологических приемов принесет умения. И если читатель в итоге почувствует радость и гармонию в общении с друзьями, коллегами, деловыми партнерами, а также с незнакомыми людьми — будем считать свою задачу выполненной.

В добрый путь!

# Глава 1
# ОБЩЕНИЕ КАК НРАВСТВЕННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Проблема общения многогранна. За последние годы она стала предметом изучения многих наук. Но каждая наука вкладывает свое содержание в определении понятия «общение». И единства пока нет.

Сложность достижения единства в понимании того, что же такое общение, с одной стороны, связано с его вездесущностью. С другой стороны, попытки охватить всевозможные составляющие понятия «общение» приводят к тому, что само оно исчезает, растворяется и теряет свою живую ткань.

И все-таки, что же такое общение?

Каждый из нас знаком с такими привычными словосочетаниями как «общение с искусством», «общение с ЭВМ», «общение с природой», «общение с животными» и т.д. Довольно скоро может показаться, что границ у этого понятия не существует, его объем бесконечен, а значит, как говорил выдающийся советский психолог Л. С. Выготский, когда объем понятия стремится к бесконечности, его содержание стремится к нулю.

В процессе общения люди обмениваются друг с другом знаниями, опытом, научной, житейской, учебной информацией. Взаимодействуя, они достигают договоренности о совместном труде и отдыхе; устанавливают единство настроений и взглядов; достигают общности мыслей, переживаний, установок по отношению к различным событиям, другим людям, самим себе. При общении передаются манеры, обычаи, стиль поведения, проявляются сплоченность и солидарность, отличающие групповую и коллективную деятельность.

К сожалению, научные представления об общении достаточно противоречивы. Имеется большое количество монографий и научных исследований по проблеме обще-

ния, но проблема делового общения в отечественной литературе остается практически мало изученной[1].

Мы не ставили своей задачей предложить новую трактовку проблемы общения, а сделали попытку на основе имеющихся научных и научно-популярных отечественных и зарубежных публикаций систематизировать материал в удобной и легкой для усвоения форме.

В результате изучения материала данной главы студент или заинтересованный читатель должен:

— **знать** проблемное поле изучаемого курса, понятийно-категориальный аппарат и особенности деловой культуры современного специалиста;

— **уметь** анализировать особенности различных видов и форм делового общения;

— **владеть** навыками, позволяющими определять эффективность и целесообразность применяемых в деловой сфере стилей общения.

## 1.1. Сущность, функции и структура общения

Я не ловчу, пусть будет путь гористым,
Тернистым будет пусть, но будет чистым.
Тебя я, жизнь, прошу лишь об одном:
Ты не лишай меня стыда и чести,
Не обучай ни хитрости, ни лести,
Поскольку мы единожды живем.

*Т. Зумакулова*

1. Характеристика понятия «общение».
2. Виды потребностей в общении.
3. Структура общения.
4. Функции общения.

***Характеристика понятия «общение».*** Невозможно представить себе развитие человека, его связь с социу-

[1] В данной главе использованы следующие публикации: *Крижанская Ю. С., Третьяков В. П.* Грамматика общения. Л. : Изд-во ЛГУ, 1990; *Андреева Г. М.* Социальная психология. М., 1980; *Бодалев А. А.* Восприятие и понимание человека человеком. М., 1982; *Леонтьев А. А.* Психология общения. Тарту, 1974; *Ломов Б. Ф.* Проблема общения в психологии. М., 1981; *Жуков Ю. М.* Эффективность делового общения. М., 1988; *Даниленко О. И.* Культура общения и ее воспитание. Л., 1989; *Леонов Н. И.* Психология делового общения. М., 2002; *Станкин М. И.* Психология общения. М., 2000.

мом вне общения с другими людьми. Исторический опыт и повседневная практика свидетельствуют о том, что полная изоляция человека от общества, лишение его контактов с другими людьми приводит к полной утрате человеческой личности, ее социальных качеств и свойств.

Общение включает в себя все многообразие духовных и материальных форм жизнедеятельности человека и является его насущной потребностью.

Непреодолимая притягательность общения для человека прекрасно выражена в известном высказывании французского писателя А. де Сент-Экзюпери: «Единственная настоящая роскошь — это роскошь человеческого общения».

Необходимость общения обуславливается в конечном счете необходимостью совместного участия людей в производстве материальных благ. А в сфере духовной жизни центральное место занимает потребность личности в приобретении социального опыта, в приобщении к культурным ценностям, в овладении принципами и нормами поведения в обществе и конкретной социальной среде, а все это невозможно без контактов с другими людьми.

Интерес к проблеме общения уходит своими корнями в далекое прошлое. Общение, процессы взаимодействия между людьми, их взаимоотношения, те вопросы, с которыми сталкивался человек, вступая в контакт с другими людьми, всегда привлекали к себе пристальное внимание.

Элементарная функция общения — достижение взаимоотношения. Кажется, что может быть проще! Улыбка, рукопожатие, одобрительный кивок, приветствия и т.д. Но уже на этом начальном этапе возникают непредвиденные и досадные недоразумения. Русские, англичане, американцы в качестве приветственного жеста пользуются рукопожатием. Лапландцы трутся носами, самоанцы обнюхивают друг друга, латиноамериканцы обнимаются, французы целуют друг друга в щеку.

Вступая в контакт друг с другом, мы не всегда осознаем, что пользуемся при этом знаками — единицами условного кода, языка, дошедшего до нас из глубины веков, тысячелетиями создававшегося многочисленными народами и расами. Содержание, которое вкладывается в знак, называется его значением. В нем воплощены знания, приобретенные людьми, их практический и теоретический опыт.

Усваивая значения знаков и способы их организации для передачи сообщения, люди учатся разговаривать на том

или ином языке. Язык становится средством общения. В то же время он является средством изоляции для тех, кто его не знает.

Помимо общего для всех индивидов значения, знак может иметь для каждого свой субъективно окрашенный личностный смысл. Он порождается личным опытом человека, его желаниями, надеждами, страхом, иными чувствами.

*В послесловии к работе Л. С. Выготского «Мышление и речь» его сподвижник А. Р. Лурия говорит о смысле слова как о «внутреннем значении», которое «имеет слово для самого говорящего и которое составляет подтекст высказывания. Слова "Карету мне, карету!" вовсе не означают только, что Чацкий указывает на карету и просит ее подать. Внутренний смысл высказывания заключается в том, что Чацкий разрывает с неприемлемым для него обществом, а восклицание героя вовсе не передача конкретного события, а "сгусток смысла", который за ним стоит».*

Когда общение формализовано, в словах и поступках людей наиболее важным является их общепринятое значение. Для того чтобы обеспечить точность в фиксации этих значений, юристы, дипломаты и ученые в своей профессиональной деятельности заботятся о строгости формулировок. В принципе, это очень важно в любой профессиональной сфере деятельности.

Если же в общении человек выступает как индивид и выражает собственные взгляды и чувства, для собеседника помимо общепринятого значения поведения становится важным его личностный смысл.

Не все знаки, с помощью которых люди (вольно или невольно) сообщают о себе ту или иную информацию, принадлежат к продуктам культуры. Некоторые из них являются естественными проявлениями организма. К ним относятся: краска, заливающая лицо, или, напротив, внезапная бледность; выступившие на глазах слезы; дрожание рук, голоса и т.д. Эти знаки свидетельствуют о сильных эмоциональных реакциях человека.

Определенные культуры, однако, накладывают ряд требований при проявлении даже наиболее сильных и значимых для человека эмоций.

*Так, слезы являются универсальным проявлением горя. В традиционной русской народной культуре было принято рыдать на похоронах. Вдова, не плачущая навзрыд, осуждалась односельчанами.*

*В связи с этим вспомним стихотворение О. Мандельштама «Лютеранин», в котором он описывает похороны по протестантскому обряду:*

*Кто б ни был ты, покойный лютеранин,*
*Тебя легко и просто хоронили,*
*Был взор слезой приличной затуманен.*
*И сдержанно колокола звонили.*

*Горе, испытываемое вдовой покойного лютеранина, быть может, нисколько не меньше, чем горе русской крестьянки, но религиозно-культурные традиции заставляли одну максимально сдерживать проявление своих чувств, другую — максимально проявлять их.*

Необходимо помнить, что лишь часть сведений передается от одного человека к другому сознательно, с целью сообщить что-либо партнеру по общению.

С этой точки зрения знаки подразделяются на:

— **интенциональные** — специально производимые для передачи информации;

— **неинтенциональные** — непреднамеренно выдающие эту информацию.

Поскольку неинтенциональные знаки прежде всего говорят о самом человеке, его непосредственных, спонтанных реакциях, очень важно научиться замечать их и верно расшифровывать.

Давайте задумаемся: если так обстоит дело в сфере элементарной коммуникации, то насколько велика возможность взаимного непонимания в смысловом плане человеческого общения, включающем в себя всю гамму сложных психологических, нравственных, культурных и идейных мотивов, сплав мыслей, настроений и чувств, которыми один человек обменивается с другими в процессе общения.

Эту особенность улавливали, тонко подмечали писатели — «знатоки человеческих душ». В качестве примера хотелось бы привести слова швейцарского писателя Г. Гессе.

*«Среди образованных и умных людей, — пишет он, — сплошь и рядом случается, что каждый воспринимает склад ума и язык, догматику и верования другого, как чисто субъективные, как всего лишь приближение, всего лишь ускользающую параболу. Но чтобы каждый признал то же самое и в себе самом и к себе самому приложил, и каждый как за собой, так и за противником оставил право на только ему присущие, собственные, душевный склад, образ мышления и язык, и что, стало быть, двое людей обмени-*

*ваясь мыслями, постоянно отдавали бы себе отчет о ненадежности своего оружия, многозначности всех слов, недостижимости действительно точного выражения, а потому и необходимости всячески идти другому навстречу, обоюдной доброй воли и интеллектуального рыцарства — такие прекрасные, казалось бы, само собой разумеющиеся между двумя мыслящими существами отношения практически встречаются до того редко, что мы от души рады всякому, даже отдаленному их подобию».*

***Виды потребностей в общении.*** Потребности современного общества, его духовной и материальной сфер делают проблему общения чрезвычайно актуальной. Без развития форм общения практически невозможны такие области человеческой деятельности, как воспитание, образование, здравоохранение, наука, искусство, политика, идеология и др. В связи с этим выдвигается задача систематизации и накопления достоверных знаний по вопросам общения, прогнозирования потребностей людей в новых его видах при сохранении традиционных.

Общение трактуется как важнейшая социальная потребность, вне реализации которой замедляется, а иногда и деформируется социальное бытие личности, ее взаимоотношение с обществом. В процессе общения человек реализует целый ряд **потребностей**.

**Потребность в безопасности** проявляется в том, что человек начинает общаться ради снижения страха, внутренней тревоги и неуверенности. Даже совсем незнакомые люди становятся более общительными в ситуации неопределенности или тревожного ожидания.

**Аффилиация** выражается в стремлении быть в контакте с себе подобными ради самого процесса общения, ради устранения одиночества. Она свойственна людям с высокой тревожностью, впадающим в состояние фрустрации от вынужденного уединения. Такие люди во многом лишены самостоятельности, им требуется лидер.

**Потребность в познании.** Когда человек рассматривается как источник определенной, нужной в данный момент информации, то главным мотивом общения становится потребность в познании. Например, о лекторе мы судим по тому, как он удовлетворяет эту нашу потребность. Если наша потребность в познании не удовлетворена, то лектор нам не нравится независимо от других его достоинств.

**Потребность быть индивидуальностью** проявляется в стремлении к такому общению, при котором мы могли бы

«прочитать» на лице, в речи, в поведении другого человека признание нашей неповторимости, уникальности, необычности.

**Потребность в престиже** выявляется тогда, когда в общении с другими мы получаем признание наших личностных качеств, восхищения нами, положительные оценки окружающих. Не находя признания, человек бывает огорчен, разочарован, а иногда даже агрессивен.

**Потребность в доминировании** проявляется в стремлении оказывать активное влияние на образ мыслей, поведение, вкусы, установки другого человека. Удовлетворяется эта потребность лишь в том случае, если изменяется поведение другого человека под нашим влиянием.

Наряду с потребностью в доминировании, у некоторых людей присутствует **потребность в подчинении** другому. Общение двух доминантных личностей или двух ведомых бывает крайне затруднено. В первом случае возможен конфликт, во втором — непродуктивность общения и деятельности.

**Потребность в покровительстве** или **заботе о другом** проявляется в ситуациях, когда кто-то нуждается в помощи. Помогая, человек при этом испытывает удовлетворение. Потребность в заботе о другом постепенно формирует альтруизм.

**Потребность в помощи** выражается в готовности человека принять помощь. Эта помощь, будучи принятой, приносит удовлетворение тому, кто ее оказал. Отказ партнера может быть воспринят негативно — как необоснованная независимость и гордость.

Мы подошли к вопросу, а что же такое общение вообще, что включает в себя само понятие, на какую трактовку можно опереться?

Очевидно, что общение — сложный и весьма многогранный процесс. Существование множества различных определений понятия «общение» прежде всего связано с различными подходами и взглядами на эту проблему. Рассмотрим некоторые из них.

Б. Д. Парыгин отмечает, что общение может выступать в одно и то же время и как процесс взаимодействия людей, и как информационный процесс, и как отношение людей друг к другу, и как процесс их взаимного влияния друг на друга, и как процесс их взаимного переживания и взаимного понимания друг друга. Определение Б. Д. Парыгина

ориентирует на системное понимание сущности общения, его многофункциональность и деятельностную природу. И действительно, понять общение только в одном аспекте практически невозможно.

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

А. А. Леонтьев подходит к общению как к условию «любой деятельности человека». Л. П. Буева отмечает, что благодаря общению человек усваивает формы поведения. М. С. Каган рассматривает общение как «коммуникативный вид деятельности», выражающий «практическую активность субъекта». В. С. Коробейников определяет общение как «взаимодействие субъектов, обладающих определенными социальными характеристиками».

В целом анализ работ, посвященных теоретическим и прикладным вопросам общения, показывает, что ни в общей, ни в социальной психологии еще не определен принципиальный подход к определению основных параметров понятия «общение».

Мы будем использовать следующее определение.

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

На практике часто путают или отождествляют два понятия: **общение** и **отношение**. Эти понятия не совпадают. **Общение есть процесс реализации тех или иных отношений.**

***Структура общения.*** Общение свойственно всем высшим живым существам, но на уровне человека оно приобретает самые совершенные формы, становится осознанным и опосредованным речью. В жизни человека нет даже самого непродолжительного периода, когда бы он находился вне общения.

Учитывая сложность понятия «общение», необходимо обозначить его структуру, с тем чтобы затем был возмо-

[1] Краткий психологический словарь. М., 1985. С. 213.

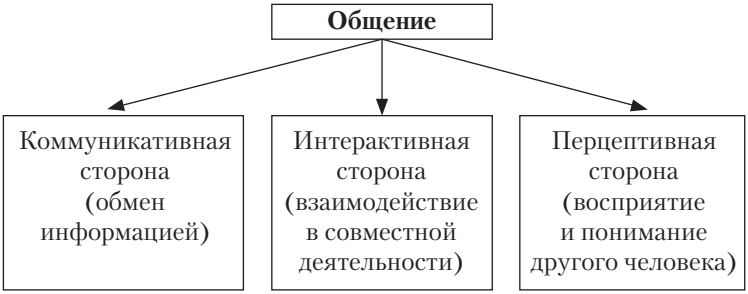


*Рис. 1.* **Составные элементы категории общения**

жен анализ каждого элемента. Характеризовать структуру общения мы будем путем выделения в нем трех взаимосвязанных сторон (рис. 1).

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

**Интерактивная сторона общения** (от англ. *interaction* — взаимодействие) представляет собой взаимодействие (и воздействие) людей в процессе межличностных отношений.

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

Все стороны общения взаимосвязаны и взаимообусловлены.

Опираясь на концепцию А. А. Леонтьева, перечислим основные структурные компоненты общения:

— **предмет общения** — это другой человек, партнер по общению;

— **потребность в общении** состоит в стремлении человека к познанию и оценке других людей, а через них и с их помощью — к самосознанию, к самооценке;

— **мотивы общения** — то, ради чего оно предпринимается;

— **действия общения** — это целостный акт, адресованный другому человеку (две основные категории действий — инициативные и ответные);

— **задача общения** — это цель, на достижение которой в конкретной ситуации направлены разнообразные действия, совершаемые в процессе общения;

— **продукт общения** — образования духовного и материального характера, создающиеся в итоге общения.

***Функции общения*** выделяются в соответствии с содержанием общения. Различают четыре основные функции общения.

**Инструментальная** функция характеризует общение как социальный механизм управления и передачи информации, необходимой для исполнения действия.

**Интегративная** функция раскрывает общение как средство объединения людей.

Функция **самовыражения** определяет общение как форму взаимопонимания психологического контекста.

**Трансляционная** функция выступает как функция передачи конкретных способов деятельности, оценок и т.д.

Среди других функций общения можно назвать: **экспрессивную** (функция взаимопонимания переживаний и эмоциональных состояний), функцию **социального контроля** (регламентации поведения и деятельности), **социализации** (формирования навыков взаимодействия в обществе в соответствии с принятыми нормами и правилами) и др.

Для наиболее полной характеристики общения рассмотрим его типологию. Самой общей классификацией является выделение непосредственного и опосредованного общения.

**Непосредственное общение** — это общение прямое, без посредников.

**Опосредованное общение** — общение при помощи посредников, обусловлено внешними факторами и преломляется через них. Это может быть опыт предшествующих поколений, технические средства массовой коммуникации.

Также общение мы подразделяем на формальное и неформальное.

Общение, обусловленное социальными функциями, называется **формальным**. Партнеры в этом случае могут ничего не знать друг о друге, так как в этом нет необходимости. Важно знать социальные роли. Каждый из партнеров в таком общении ожидает от другого определенных действий, обусловленных его социальной ролью.

*Например, социальная роль пассажира транспорта предполагает, что в ответ на требование контролера он предъявляет ему проездной билет, а в случае его отсутствия — оплатит штраф.*

Вид общения, противоположный формальному, — общение **неформальное**. Оно наполнено личностным смыслом, обусловлено теми личностными отношениями, которые установились между партнерами. Высшая форма неформального общения — дружба. Человеку свойственно стремиться к неформальному общению.

По целям общение делится на биологическое и социальное.

**Биологическое общение** — это общение, необходимое для поддержания, сохранения и развития организма. Оно связано с удовлетворением основных органических потребностей.

**Социальное** общение преследует цели расширения и укрепления межличностных контактов. Существует столько частных видов общения, сколько можно выделить подвидов биологических и социальных потребностей. Основные из них: деловое и личностное.

*Деловое* общение обычно включено в совместную продуктивную деятельность людей и служит средством повышения качества этой деятельности. Его содержанием является то, чем заняты люди, а не те проблемы, которые затрагивают их внутренний мир.

*Личностное* общение, напротив, сосредоточено в основном вокруг психологических проблем внутреннего характера: поиск смысла жизни, определение своего отношения к значимому человеку, к тому, что происходит вокруг, разрешение какого-либо внутреннего конфликта.

В жизни человека общение не существует как обособленный процесс или самостоятельная форма активности. Оно включено в индивидуальную или групповую практическую деятельность, которая не может ни возникнуть, ни осуществиться без интенсивного и разностороннего общения.

Нас будет интересовать **деловое общение**, т.е. общение, имеющее цель вне себя и служащее способом организации и оптимизации того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, коммерческой и т.д.

## Вопросы и задания для самоконтроля

1. Можно ли рассматривать общение как вид деятельности?
2. Определите, какая реализуемая потребность на сегодняшний день является для вас доминирующей в общении?
3. Охарактеризуйте основные функции общения. Какая из них чаще других используется вами на практике?
4. Как соотносятся между собой понятия «отношения», «общение», «действие», «взаимодействие»?

## 1.2. Виды и формы делового общения

Один великий гений формируется другим не столько за счет подражания, сколько в результате общения. Один алмаз шлифует другой.

*Г. Гейне*

Недостаточно, чтобы твои слова были сказаны к месту, надо, чтобы они были обращены к людям.

*С. Е. Лец*

1. Сущность и виды делового общения.
2. Функции делового общения.
3. Культура делового общения.

***Сущность и виды делового общения.*** Мы рассмотрели структуру общения, средства и механизмы общения. После этого возникает вопрос о сущности и специфике делового общения. Традиционно деловое общение понимают как **процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающий достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели.**

Не менее важно выделить основные виды и формы делового общения. Это сложный вопрос, по поводу которого в научных публикациях не существует однозначного мнения. Разные авторы (М. С. Каган, А. А. Леонтьев, Б. Х. Бгажноков, В. Н. Сагатовский, А. Б. Добрович и др.) предлагают свои классификации. Анализ имеющейся информации позволяет утверждать, что деловое общение бывает:

— по статусу участников — **горизонтальным** (когда деловые партнеры обладают равным статусом) и **вертикальным** (когда между деловыми партнерами существуют отношения иерархии);

— по последствиям — **конструктивным** (укрепляющим и развивающим деловые отношения) и **деструктивным** (разрушающим отношения партнерства);

— по характеру и содержанию — **непосредственным** («лицом к лицу») и **опосредованным** (посредством деловых писем, письменных приказов, распоряжений, отчетов и т.д.).

Непосредственное деловое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и внушения, ибо в нем непосредственно действуют все социально-психологические механизмы, о которых мы говорили ранее. Здесь присутствует постоянная **обратная связь**: каждый из собеседников получает информацию о том, как его действия, слова, поступки влияют на другого, какое впечатление на него производят. Возникает возможность своевременной коррекции собственного поведения.

Однако и опосредованное общение сегодня — это неотъемлемая часть деловой жизни. Оно является, несомненно, более формальным, «сухим», зачастую лишенным эмоциональной составляющей, но от этого не перестает быть эффективным и действенным при решении весьма широкого круга проблем (при условии его правильной организации).

В целом деловое общение отличается от обыденного (дружеского) тем, что, во-первых, в его процессе ставится цель и конкретные задачи, которые требуют своего решения; во-вторых, мы не можем просто так, без достаточных на то оснований прекратить взаимодействие с партнером (по крайней мере, без потерь для обеих сторон). Конечно, при этом деловые отношения не исключают дружеские, и наоборот. Но их взаимосвязь весьма относительна: когда друзья становятся деловыми партнерами, их отношения часто портятся; и наоборот, из деловых отношений нередко вырастает крепкая дружба.

В повседневной жизни чаще всего мы окружаем себя теми людьми, которые нам приятны, а в деловой **вынуждены** общаться с теми, кто нам нужен. Прекрасно, когда это совпадает! Но так бывает далеко не всегда. И если в своей личной жизни мы можем перестать встречаться с приятелем, чем-то рассердившим нас, то в деловом мире контакты не прерываются по принципу «не хочу — не буду».

В этом смысле важно иметь в виду, что **содержание** делового общения предполагает:

— умение выстраивать отношения с разными людьми (в том числе и с теми, кто вызывает у вас сильную антипатию) и добиваться максимальной эффективности деловых контактов;

— понимание, что партнера по общению интересует в первую очередь то, насколько вы ему можете быть полезны. Поэтому в деловом общении нужно демонстриро-

вать прежде всего свою полезность для деловых партнеров, а не личные качества.

***Функции делового общения.*** Деловое общение выполняет целый ряд важнейших **функций**. Оно:

— способствует эффективному достижению целей производства или бизнеса (именно в ходе делового общения происходит выработка стратегии и тактики совместных действий, поиск средств решения поставленных задач, их корректировка в процессе реализации и т.д.);

— позволяет подобрать эффективно работающую команду (подбор и расстановка кадров, делегирование полномочий, работа с людьми);

— способствует созданию оптимального морально-психологического климата в команде, ибо от настроения и атмосферы в коллективе зависит его производительность и эффективность работы;

— обеспечивает благоприятные внешние условия для деятельности собственной фирмы или предприятия (контакты с партнерами, смежными организациями и т.д.).

При этом деловое общение реализуется в самых различных **формах**:

— деловая беседа;
— деловые переговоры;
— деловые совещания и собрания;
— публичные выступления;
— телефонное общение.

***Культура делового общения.*** О специфике каждой из них подробный разговор у нас впереди, а пока важно подчеркнуть главное: о какой бы форме делового общения ни шла речь, ее обязательной предпосылкой является соответствующий уровень **культуры делового общения**, умение видеть в деловом партнере не только полезную, но и интересную личность. Для этого нужно обладать:

а) высокой коммуникативной культурой;

б) умением объективно воспринимать и оценивать партнера;

в) умением выстраивать отношения с любым партнером, добиваясь эффективного взаимодействия на основе обоюдных интересов.

Стороны делового общения взаимосвязаны: умение правильно воспринимать и принимать партнера или аудиторию помогает найти нужные доводы, а владение ораторским искусством — их изложить. Все это необходимо для успеш-

ного делового контакта, в ходе которого проявляется умение взаимодействовать с партнером: преодолевать барьеры в общении, занимать нужную психологическую позицию, выходить на соответствующий уровень общения и т.д.

В целом, если вы вовлечены в деловое общение и это основная сфера вашей профессиональной деятельности, то очень важно знать основные **заповеди делового человека**.

1. Никогда не считайте ваши методы самыми лучшими. Все можно сделать лучше, чем было до сих пор.

2. Не начинайте работу, если цель ее и задачи четко не определены. Помните слова Сенеки: «Кто не знает, в какую гавань плывет, для того нет попутного ветра».

3. Помните, что из трех зол — ошибка, перестраховка, бездеятельность — наименьшее — первое. Не бойтесь ошибаться: поняв ошибку, ее можно исправить. А перестраховка и бездеятельность лишат вас авторитета.

4. Контролируйте свои эмоции, вырабатывайте привычку сдерживаться, не терять самообладания. Еще Гораций заметил: «Гнев есть кратковременное безумие».

5. Задания и распоряжения отдавайте в спокойном тоне, сформулировав их четко, полно и конструктивно.

6. Позитивно относитесь к критике, даже недоброжелательной. Леонардо да Винчи считал, что «противник, ищущий ваши ошибки, полезнее, чем друг, желающий их скрыть».

7. Говорите с людьми проникновенно и сердечно. Это оказывает на них сильное воздействие.

8. Умейте подбирать и воспитывать кадры. Это всегда более благоразумная задача, чем выполнение всех дел самим.

9. Не давайте обещаний, если нет уверенности, что они действительно будут выполнены. Данное слово должно быть гарантией обещания.

10. Не теряйте чувства юмора. Беззлобная, доброжелательная шутка создает обстановку доверия, делает труд более легким, привлекательным и производительным.

11. Стремитесь как можно меньше говорить «я», а больше «мы», особенно в коллективе.

## Вопросы для самоконтроля

1. Что включает в себя понятие «культура делового общения»?
2. Надо ли стараться быть «понятым» в деловом общении?

3. Что предпочтительнее в деловом взаимодействии — естественность или маскировка? Лучше «быть» или «казаться»? Почему?

4. Почему так важны общие правила поведения в деловом общении?

5. Каковы основные причины неэффективного общения деловых партнеров?

## 1.3. Коммуникативная сторона общения

Говорить, не думая, — все равно, что стрелять, не целясь.

*М. де Сервантес*

Представьте себе, какая была бы тишина, если бы люди говорили только, то, что знают.

*К. Чапек*

1. Характеристика коммуникаций.
2. Управление вниманием.

***Характеристика коммуникаций.*** Речь является наиболее универсальным средством коммуникации, поскольку она способствует наибольшему сохранению смысла сообщения.

При помощи речи осуществляется кодирование и декодирование информации: коммуникатор в процессе говорения кодирует, а реципиент в процессе слушания декодирует эту информацию.

Американским исследователем Г. Лассуэллом была предложена простейшая **модель речевого коммуникативного процесса** для изучения убеждающего воздействия средств массовой информации, включающая пять элементов.

1. Кто? (передает сообщение) — Коммуникатор.
2. Что? (передается) — Сообщение (текст).
3. Как? (осуществляется передача) — Канал.
4. Кому? (направлено сообщение) — Аудитория.
5. С каким эффектом? — Эффективность.

Существуют характеристики коммуникатора, способствующие повышению эффективности его речи, в частности выявлены типы его позиции во время коммуникативного процесса. Таких позиций может быть три: **открытая** — коммуникатор открыто объявляет себя сторонником излагае-

мой точки зрения; **отстраненная** — коммуникатор держится подчеркнуто нейтрально; **закрытая** — коммуникатор умалчивает о своей точке зрения, даже прибегает иногда к специальным мерам, чтобы скрыть ее.

Содержание конкретной коммуникации может быть различным: обсуждение новостей, сообщение о погоде или спор о политике, решение деловых вопросов с партнерами и т.п. Что бы это ни было — это всегда коммуникация, и представить себе общение без нее невозможно.

Следует выделить важнейшие **характеристики** коммуникации.

1. В коммуникативном процессе происходит не просто движение информации, а активный обмен ею, при котором особую роль играет значимость сообщения. Это возможно тогда, когда информация не просто принята, но и понята, осмыслена.

2. Обмен информацией обязательно предполагает психологическое воздействие на партнера в целях изменения его поведения. Эффективность коммуникации определяется именно тем, насколько удалось это воздействие.

3. Коммуникативное влияние возможно при условии, что оба участника общения «должны изъясняться на одном языке». Но, даже зная значение одних и тех же слов, люди не всегда понимают их одинаково. Причинами этого являются различия в социальных, политических, возрастных, профессиональных особенностях общающихся.

4. В процессе коммуникации возникают так называемые коммуникативные барьеры, которые носят социальный и психологический характер. Причинами их появления являются различия в мировоззрении, мироощущении и мировосприятии общающихся, их психологические особенности (например, чрезмерная застенчивость одних, скрытность других, непримиримость третьих и т.д.).

***Управление вниманием.*** Между тем, эффективность общения — дело общее: и говорящий, и слушающий способны внести свой вклад в улучшение качества общения. Для этого можно использовать приемы привлечения внимания партнера по общению.

Одним из них является **прием «нейтральной фразы»**. Суть его сводится к тому, что в начале разговора произносится фраза, прямо не связанная с основной темой, но зато по каким-то причинам имеющая значение, смысл для всех присутствующих и поэтому «собирающая их внимание».

Еще один прием — **«завлечение»**: говорящий вначале произносит какую-то фразу очень тихо, непонятно, слишком монотонно или неразборчиво, таким образом провоцируя слушающего самому применять способы концентрации внимания.

**Установление зрительного контакта** — прием, широко используемый в любом общении. Пристально глядя на человека, мы привлекаем его внимание, а постоянно «уходя» от чьего-то взгляда, мы показываем, что не желаем общаться.

Однако зрительный контакт используется не только при привлечении внимания, но и для его поддержания уже в самом процессе общения.

Вторая задача по управлению вниманием — это его **поддержание**. Первая группа приемов поддержания внимания сводится к тому, чтобы по возможности исключить все посторонние воздействия. Именно поэтому данную группу можно назвать **приемами «изоляции»**.

*Когда мы хотим спокойно поговорить с кем-то, мы отводим его в сторону, уединяемся. Перед началом лекции обычно закрывают окна и двери, чтобы убрать посторонний шум, и если это не удается, то воздействие становится менее эффективным. Всем известно, как тяжело и малоэффективно общение «под телевизор» или среди всеобщего разговора. Именно поэтому все конкретные способы изоляции в целом повышают эффективность общения.*

Если, с точки зрения говорящего, максимум, что он может сделать, — это изолировать общение от внешних факторов, то для слушающего актуально умение изолироваться от внутренних факторов. Чаще всего помехи заключаются в следующем: вместо того чтобы внимательно слушать говорящего, собеседник занят подготовкой собственной реплики, обдумыванием аргументов или просто ожиданием окончания его речи, чтобы вступить в разговор самому.

Еще одна группа приемов поддержания внимания — это **приемы «навязывания ритма»**. Внимание человека постоянно колеблется, как бы мерцает, и если специально не прилагать усилий к тому, чтобы все время его восстанавливать, то оно неотвратимо будет ускользать, переключаться на что-то другое. Когда наш собеседник говорит монотонно, без выражения, даже заинтересованный слушатель с трудом удерживает внимание, и чем больше он пытается удержать его, тем сильнее его клонит в сон. Именно здесь и применяются приемы навязывания ритма.

Следующая группа приемов — так называемые **«приемы акцентировки»**. Они применяются в тех случаях, когда

надо особо обратить внимание партнера на определенные, важные с точки зрения говорящего, моменты в сообщении, ситуации и т.д.

Управлять вниманием в общении — важная задача не только для говорящего, но и для слушающего. Если он хочет увидеть и услышать именно то, что говорит и делает партнер, то он должен уметь управлять своим вниманием. Этому учат разнообразные приемы активного слушания, о которых мы будем говорить отдельно.

В итоге для правильного понимания своего общения с другими людьми необходимо представлять себе, как мы узнаем, что делает партнер в общении, чего он хочет, какие цели преследует, (именно эти моменты как раз и заключены в интерактивной стороне общения).

## Вопросы и задания для самоконтроля

1. Какую позицию может занимать коммуникатор в общении? Какая из них самая эффективная?
2. Какие факторы улучшают коммуникацию, а какие препятствуют коммуникативному процессу?
3. Приведите примеры, когда одно и то же сообщение понимается по-разному в зависимости от:
   — возраста собеседника;
   — степени знакомства с ним;
   — социального статуса собеседника;
   — ситуации общения.

## 1.4. Интерактивная сторона общения

Отдельный человек слаб, как покинутый Робинзон, лишь в сообществе с другими он может сделать многое.

*А. Шопенгауэр*

Ничего нет в мире драгоценнее уз, соединяющих человека с человеком.

Работая только ради материальных благ, мы сами строим себе тюрьму.

*А. де Сент-Экзюпери*

1. Особенности взаимодействия людей в общении.
2. Характеристика теорий поведения.
3. Трансактная теория Э. Берна.

***Особенности взаимодействия людей в общении.*** При рассмотрении общения как взаимодействия людей всегда необходимо принимать во внимание цель общения. Такой **целью является удовлетворение потребности в совместной деятельности**. Результат общения — изменение поведения и деятельности других людей. Таким образом, интерактивная сторона общения проявляется в обмене информацией и в усилиях людей по организации совместных действий.

Основным условием успешности общения является соответствие поведения взаимодействующих людей ожиданиям друг друга. Нельзя представить себе общение всегда и при всех обстоятельствах протекающим гладко и лишенным внутренних противоречий.

Описывая общение, мы чаще всего используем термины действий. Например, «он на меня давил, но я не поддался»; «он подстроился под меня»; «он нанес мне удар» и т.д. И эти фразы передают главный смысл общения.

Со своей стороны, мы также постоянно реагируем на действия партнера. В одном случае нам кажется, что партнер нас обижает, и мы отстаиваем себя; в другом — что он нам льстит; в третьем — что он нас куда-то «толкает».

Очевидно, что одна и та же ситуация может быть по-разному «прочтена» партнерами и соответственно их действия в одной и той же ситуации могут быть различными.

Чтобы проанализировать свои действия в общении, оценить их адекватность ситуации, необходимо ответить на следующие вопросы:

— как соотнести ситуацию и действие?
— как выбирать правильные действия?

***Характеристика теорий поведения.*** Одним из возможных способов понимания ситуации общения является восприятие положения партнеров, а также их позиций относительно друг друга. Каждый из нас замечал, что в любой беседе огромное значение имеет то, кто ведущий в данном общении, а кто ведомый.

Какой тип поведения гарантирует успех деловому человеку? Научный мир психологов, занимающихся проблемами человеческих отношений, как бы разделился на два диаметрально противоположных лагеря: одни придерживаются «правил поведения», предложенных известным американским, специалистом в области человеческих отношений Дейлом Карнеги (1888—1955); другие, наоборот, реши-

тельно отвергают его идеи, считая, что он «устарел» и его точка зрения не соответствует реалиям современной жизни.

Смысл системы Карнеги заключается в том, что, по его мнению, путь к успеху в жизни, в том числе и у предпринимателя, лежит через умение избегать конфликтов, контролировать себя, находить компромиссы.

Некогда безвестный фермер из штата Миссури Карнеги снискал мировую славу благодаря тому, что нашел, как считают многие американцы (и не только они), ключ к удовлетворению желания добиться признания и успеха. Опираясь на опыт и историю большой группы конкретных политиков, бизнесменов, врачей, ученых, он предлагает целый ряд рекомендаций, как выработать уверенность, как влиять на людей, как приобрести друзей. Его главный и решающий тезис — в общении с людьми надо быть максимально гибким, покладистым, избегать конфликтов.

*Характерен пример, приводимый Карнеги, из жизни знаменитого артиста Ф. И. Шаляпина. Три года лучший музыкальный импресарио Америки Соломон Юрок работал с Шаляпиным, который, по его словам, нередко вел себя, как избалованный ребенок. Например, звонит Шаляпин Юроку часов в 12 в день концерта и говорит: «Сол, я себя ужасно чувствую. Горло у меня, как сырая котлета. Петь вечером не могу». Юрок, зная характер и манеру поведения Шаляпина, с ним никогда не препирался, даже в данном, вроде бы безвыходном положении. Он приезжал в гостиницу к певцу и всячески выражал ему свое сочувствие, соглашаясь с Шаляпиным. Он говорил, что отменит концерт, хотя это обойдется в пару тысяч долларов. (Ну что значит эта сумма по сравнению с настроением и репутацией великого певца?!) Шаляпин, чье самолюбие не было задето, убедившись в своей правоте, со вздохом отвечает: «Пожалуй, Сол, вам лучше зайти попозже. Приходите в пять, посмотрим, как я себя буду чувствовать».*

*Юрок заходил к Шаляпину в пять и опять, не настаивая на выступлении, выказывал сочувствие артисту. Проявленная гибкость Юрока, его покладистая позиция не говорить «нет» производили соответствующий эффект, и Шаляпин соглашался петь при условии, что Юрок должен объявить со сцены Метрополитен-оперы, что Шаляпин сильно простужен и не в голосе. Юрок лицемерно соглашался, хотя и не собирался делать того, что обещал Шаляпину. Он знал, что позиция видимого компромисса, уступок была единственным шансом заставить великого артиста выйти на сцену.*

Одним из главных принципов «общения по Карнеги» является так называемое **«правило Сократа»**. Его смысл

заключается в умении переубедить и заставить собеседника сказать «да», даже тогда, когда он собирался сказать «нет».

Древнегреческий философ Сократ (469—399 до н.э.), изменивший своей философией процесс человеческого мышления, отличался непревзойденным ораторским искусством и умением убеждать.

Автор знаменитой фразы «я знаю только то, что я ничего не знаю» никогда не говорил своим собеседникам «нет». Но, несмотря на мягкость общения, он умел повести дискуссию таким образом, что оппонент обязательно отвечал «да». Карнеги призывает помнить Сократа, приводя в доказательство правильности такой позиции китайскую поговорку: «Тот, кто мягко ступает, далеко продвинется на своем пути». Пример Сократа, по его словам, призывает проявлять смиренность, покаяние. Смерть Сократа историки считают самой знаменитой и трагической сценой смерти во всей истории человечества, кроме распятия Христа. Великий мыслитель, оратор и всеобщий любимец был обвинен по ложному доносу завистников из числа афинян в предательстве. Его судили и приговорили к смерти. Тюремщик, как и многие другие, дружелюбно относившийся к мудрецу, давая чашу с ядом, сказал: «Старайся легко принять то, что неизбежно». Сократ встретил смерть спокойно и с достоинством, демонстрируя в последний раз смиренность и согласие.

Далеко не все западные ученые разделяют позицию Карнеги. Число его сторонников постепенно сокращается, хотя он по-прежнему популярен. К числу наиболее ярко выраженных оппонентов Карнеги относится американский психотерапевт Эверетт Шостром (1921—1992), автор книги «Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор». Он решительно отвергает предложение Карнеги «избегать конфликтов», которое, по его мнению, в корне неверно. «Конфликты, — подчеркивает Шостром, — возникают из-за различия потребностей и целей разных людей, которые вступают во взаимодействие. Для того чтобы избежать конфликтных ситуаций, нужно как две капли воды быть похожими друг на друга». Шостром считает, что даже сиамские близнецы конфликтуют, поскольку конфликт в человеческих отношениях не только неизбежен, но и необходим.

Автор книги «Анти-Карнеги» делит человечество на две категории: **манипуляторов** и **актуализаторов**. Современный человек — это **манипулятор**, т.е. неблагополучная

личность, которая стремится управлять собой и окружающими, причем относится к людям, как к вещам. Он нуждается в психотерапевтической помощи, которая ему понятна и польза которой для него очевидна.

**Актуализатор** — это противоположность манипулятору. Он — олицетворение честности, осознанности, свободы и доверия. В современном обществе к актуализаторам относится весьма небольшой процент людей, остальные лишь находятся на пути к актуализации. Однако губительная ориентация общества на рынок чрезвычайно затрудняет актуализацию.

Между тем манипуляторами не рождаются. Ими становятся. Но очень рано. Так, едва научившись ходить, ребенок уже знает, что для того чтобы добиться своего, ему нужно иногда ворковать, иногда орать. Ребенок плачет не потому, что ему хочется плакать, а с целью получить желаемое.

В невротическом современном обществе, как считает Шостром, удобнее жить манипулятору, нежели актуализатору. Но удобнее — не значит лучше.

Манипулятор — это явление, присущее времени и атмосфере свободного рынка. Рассадником манипуляций является философия, лежащая в основании бизнеса, ибо манипуляции — привычный для любого бизнесмена способ добиться успеха.

Бизнесмен видит в людях лишь свою будущую прибыль и относится к людям, как к вещам, но при этом сам становится вещью. Он не в состоянии относиться к каждому своему потребителю как к уникальной личности. В этом-то и заключается главная беда и главная проблема деловых людей, людей бизнеса.

Следует отметить, что Шостром отнюдь не осуждает современный мир капитализма и не призывает к революционным преобразованиям. Его главная мысль сводится к тому, что вести себя «по Карнеги» в нынешних условиях невозможно. Человек живет в сложной, противоречивой, порой враждебной обстановке, должен приспособиться к ней (иначе он пропадет), и поэтому ему неизбежно придется стать манипулятором.

Разумеется, деление сферы человеческих отношений между сторонниками и противниками системы Карнеги представляет собой крайне упрощенный и поверхностный подход к этой сложной проблеме и не затрагивает всей ее глубины. Человек в различных жизненных условиях ведет себя по-разному, и не всегда его психологический портрет

вписывается в рамки системы Карнеги или Шострома. Бизнесмен на службе ведет себя и выглядит иначе, чем вечером в кругу семьи. Его поведение на переговорах отличается от того, как он держится на приеме. Ученые-психологи, занимаясь проблемой человеческих отношений, ищут причины поведения индивида в конкретной ситуации, мотивации его действий.

***Трансактная теория Э. Берна.*** Подход к анализу ситуации в зависимости от позиций, занимаемых партнерами, развивается в русле трансактного анализа — направления, которое в последние десятилетия завоевало огромную популярность во всем мире. Достаточно сказать, что книги Э. Берна «Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры», Т. Харриса «Я — о'кей, ты — о'кей» и М. Джейс и Д. Джонджевал «Родиться, чтобы победить», посвященные теории и практике трансактного анализа, расходились миллионными тиражами. Пожалуй, основой такой огромной популярности этого направления послужила его логичность, кажущаяся очевидность и открытость для неспециалистов, не говоря уже о том, что обучение общению с помощью трансактного анализа действительно способствует умению людей взаимодействовать.

Главным посылом трансактного анализа является предположение о том, что основными действиями в общении являются действия, осознанно или неосознанно направленные на изменение или регулирование своей или чужой позиции в общении. Существует несколько вариантов к определению этих позиций.

*Так, например, английский психотерапевт Ф. Перлз выделяет две основные позиции в разговоре: хозяин положения и подчиненная сторона. Это именно ситуативные позиции, которые, тем не менее, имеют определенные устойчивые черты. Так, человек в позиции хозяина положения ведет себя более авторитарно, он «все знает лучше всех», требователен, часто прибегает к угрозам. Основной глагол — «должен». Позиция подчиненной стороны предполагает определенные стереотипы в поведении. В этой позиции человек требует защиты, он зависим, подчинен, лишен инициативы, власти. Типичные реплики: «Я хотел как лучше», «Что я могу сделать, я совершенно забыл о твоей просьбе». Эта позиция, несмотря на свою видимую зависимость и беспомощность, допускает гораздо больше маневров, чем позиция хозяина положения и, в общем, более выгодна.*

Между партнерами по общению всегда есть незримая, однако хорошо ощутимая дистанция. Это как бы расположение партнеров по вертикальной оси в пространстве обще-

ния. Партнер, который «давит», располагается на ней выше; партнеры, ведущие разговор «на равных», — на одном уровне. Если каждый из партнеров стремится оказаться «повыше», происходит конфликт. Такие позиции в общении видный теоретик театра П. М. Ершов назвал «пристройкой сверху», «пристройкой снизу», «пристройкой рядом».

Одной из наиболее распространенных концепций коммуникаций в последнее время стала модель эго-состояний (я-состояний), предложенная американским психотерапевтом Эриком Берном (1910—1970). Она привлекла внимание людей бизнеса, так как, по мнению многих, дает наиболее точное объяснение поведение человека в различных ситуациях.

Каждое эго-состояние, по Берну, является замкнутым и состоит из: «я-Родитель», «я-Взрослый», «я-Ребенок».

Берн считает, что на языке психологии состояние «я» можно описывать как систему чувств, определяя ее как набор согласованных поведенческих схем. Э. Берн отмечает, что каждый человек располагает определенным, чаще всего ограниченным репертуаром состояний своего «я», у которых суть не роли, а психологическая реальность.

Состояние «я», как отмечает он далее, — это нормальные физиологические феномены. Человеческий мозг организует психическую жизнь. Продукты его деятельности упорядочиваются и хранятся в виде состояний «я». Каждый тип состояний по-своему жизненно важен для человеческого организма.

*В его теории трансактного анализа основными понятиями являются состояния эго и трансакции. Под состоянием эго Берн понимает относительно независимые и обособленные во внутреннем мире человека совокупности эмоций, установок и схем поведения. Таких обособленных комплексов и способов поведения Берн выделяет три:* ***Родитель***, ***Взрослый*** *и* ***Ребенок****. Родитель — это такое состояние эго, чувства установки и привычное поведение которого относится к роли родителя. Состояние Взрослого обращено к реальной действительности, состояние Ребенка — это актуализация установок и поведения, выработанного в детстве.*

*Важно, что, согласно теории трансактного анализа, Родитель, Взрослый и Ребенок — это не абстрактные стили поведения, а вполне конкретные и значимые воспоминания, имеющиеся у каждого человека, которые, хотя и не всегда осознаются, но все-таки имеются и оказывают ощутимое влияние на поведение человека. Основные особенности этих позиций представлены в таблице 1*[1].

---

[1] *Крижанская Ю. С., Третьяков В. П.* Грамматика общения. Л., 1990. С. 139.

*Таблица 1*

**Основные характеристики позиций Родителя, Взрослого и Ребенка**

| Основные характеристики | Родитель | Взрослый | Ребенок |
|---|---|---|---|
| Характерные слова и выражения | «Все знают, что ты не должен...», «Никогда...», «Я не понимаю, как это допускают...» | «Как?», «Что?», «Когда?», «Где?», «Почему?», «Возможно...», «Вероятно...» | «Я сердит на тебя!», «Вот здорово!», «Отлично!», «Отвратительно!» |
| Интонации | Обвиняющие<br>Снисходительные<br>Критические<br>Пресекающие | Связанные с реальностью | Очень эмоциональные |
| Состояние | Надменное<br>Сверхправильное<br>Очень приличное | Внимательность<br>Поиск информации | Неуклюжее<br>Игривое<br>Подавленное<br>Угнетенное |
| Выражение лица | Нахмуренное<br>Неудовлетворенное<br>Обеспокоенное | Открытые глаза<br>Максимум внимания | Угнетенность<br>Удивление |
| Позы | Руки в боки<br>Указующий перст<br>Руки сложены на груди | Наклонен вперед к собеседнику, голова поворачивается вслед за ним | Спонтанная подвижность (сжимают кулаки, ходят, дергают пуговицу) |

Трансакт — это любое словесное или бессловесное общение как минимум двух людей. Он может сопровождаться словами, взглядами, пожатием рук и т.д. Если человек правильно понимает трансакты межличностного общения, он очень быстро осознает, почему коммуникации между двумя людьми бывают конструктивными и почему в иных случаях возникают помехи.

Традиционно выделяются **три типа трансакций**: дополнительные, пересекающиеся и скрытые. В действительности их может существовать гораздо больше, но эти три рассматриваются как типовые.

**Дополнительным** называется такое **взаимодействие**, при котором партнеры адекватно воспринимают позицию друг друга, понимают ситуацию одинаково и направляют свои действия именно в том направлении, которое ожидается и принимается партнером. Выделяют *два подтипа* дополнительных трансакций: *равные* и *неравные*. В *равных* взаимоотношениях партнеры находятся на одинаковых позициях и отвечают именно с той позиции, с которой и ожидает партнер.

*Вот пример из книги Э. Берна «Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры». Хирург, определив на основе имеющихся у него данных необходимость в скальпеле, протягивает руку к медсестре. Правильно истолковав этот жест, определив расстояние и необходимые мышечные усилия, она вкладывает скальпель в руку хирурга движением, которого от нее ждут.*

Именно этот подтип можно назвать общением с полным взаимопониманием.

*Неравное* общение можно проиллюстрировать следующим образом.

*Руководитель: «Вы опять напутали — вам ничего нельзя поручить!»*

*Подчиненный: «Ну что поделаешь, я вообще неспособный».*

*Здесь действия не в передаче информации, а чаще всего именно в оценке партнеров по общению.*

Следующий вид трансакции — **пересекающееся взаимодействие**.

Образцы этого общения встречаются гораздо реже. По существу пересекающееся взаимодействие — это «неправильное» взаимодействие. Его «неправильность» состоит в том, что партнеры, с одной стороны, демонстрируют неадекватность понимания позиции и действий дру-

гого участника взаимодействия, а с другой стороны, ярко проявляют свои собственные намерения и действия. Приведем следующий пример.

*Один из приятелей спрашивает: «Который час?»*

*Другой отвечает: «Ты что, не можешь посмотреть на свои часы?»*

*В данной ситуации первый хотел получить информацию, а второй его не понял или не захотел понять. Если они не найдут взаимопонимания и общение не превратится в дополнительное взаимодействие, то такой разговор потенциально конфликтен.*

Третьим типом трансакции являются **скрытое взаимодействие**. Это такое взаимодействие, которое включает в себя одновременно два уровня: явный, выраженный словесно, и скрытый, подразумеваемый. Рассмотрим следующий пример.

*Представим себе, что два сотрудника сидят на скучнейшем собрании и между ними происходит следующий разговор:*

*— Не забудь, к четырем к нам придут заказчики.*

*— Да, пожалуй, придется сейчас уйти.*

*Это пример явного взаимодействия.*

*— Дикая скука. Может, хоть как-то удастся сбежать?*

*— Ну, молодец, хорошо придумал!*

*Это пример скрытого взаимодействия.*

*Понятно, что то, что открыто произносится, есть прикрытие для того, что подразумевается. И в данном примере явное и скрытое взаимодействие происходит с различных позиций. Явное — с позиции «Взрослый — Взрослый», а скрытое — с позиции «Ребенок — Ребенок».*

Использование скрытых трансакций предполагает либо глубокое знание партнера, либо большую чувствительность к невербальным средствам общения — тону голоса, интонации, мимике и жесту, поскольку именно они чаще всего передают скрытое содержание.

Итак, позиция Взрослого наиболее предпочтительна в деловых контактах. Именно она формирует партнерский стиль общения.

Однако для более глубокого понимания общения, для того чтобы можно было не только осознавать свои ошибки, но и представить себе, как можно их исправить, необходимо разобраться в вопросе о происхождении различных позиций в общении. Почему человек оказывается в той или иной позиции?

Так, услышав определенные слова и интонации из уст партнера, мы можем примерно определить ситуацию. Если нам слышится раздражение или недовольство по нашему адресу, то ситуация угрожающая; если слышны обучающие, дидактические интонации, то это ситуация поучения или воспитания. В то же время в наших силах повлиять на ситуацию, задать тон и направление дальнейшему развитию событий.

## Вопросы и задания для самоконтроля

1. По каким признакам можно распознать психологическую позицию партнера?
2. Какие позиции в общении позволяют избежать конфликта?
3. Как нужно настроить себя, чтобы добиться успеха в деловом контакте?
4. Потренируйтесь в умении определять психологические позиции. Проанализируйте типичные эго-состояния своих знакомых, коллег, свои собственные. Легко ли вам переходить с одной позиции на другую?
5. Каковы причины неэффективного взаимодействия людей?

## 1.5. Перцептивная сторона общения

Человек есть не что иное, как ряд его поступков.

*Г. В. Ф. Гегель*

Тот, кто не имеет интереса к другому человеку, может спать спокойно — общаться он не научится никогда.

*В. Л. Леви*

1. Особенности восприятия людьми друг друга.
2. Первое впечатление.
3. Длительное общение.
4. Механизмы восприятия и взаимопонимания.

***Особенности восприятия людьми друг друга.*** Точность восприятия и понимания одним человеком поведения другого, достижение результата в общении зависит от того, насколько вы сможете предвидеть его реакцию на ваши слова и поступки и построить в связи с этим свое поведение.

Наблюдательные люди часто с первого взгляда определяют, что за человек перед ними, как с ним нужно держаться, что от него можно ожидать. О таких людях говорят, что они проницательны. Проницательность зависит от внимательности человека, его знания жизни, силы воображения.

Рассматривая процесс познания человека человеком в общении, С. Л. Рубинштейн писал:

*«В повседневной жизни, общаясь с людьми, мы ориентируемся в их поведении, поскольку мы как бы "читаем" его, т.е. расшифровываем значение его внешних данных и раскрываем смысл получающегося таким образом текста в контексте, имеющем свой внутренний психологический план. Это "чтение" проистекает бегло, поскольку в процессе общения с окружающими нас людьми вырабатывается определенный, более или менее автоматически функционирующий подтекст к их поведению»*[1].

Вопросы о том, как происходит это «беглое чтение» другого человека, что позволяет нам понимать его поведение, встают перед каждым из нас. Именно поэтому необходимо уяснить, что стоит за словами «восприятие и понимание в общении».

Для этого нужно ответить на следующие вопросы:

— как поступает информация о другом человеке?

— как формируется первое впечатление?

— как происходит восприятие и понимание другого в длительном общении?

Чтобы иметь верное представление о человеке, нужно, во-первых, уметь наблюдать, во-вторых, исключить возможные ошибки восприятия.

Известно, что существуют три канала поступления информации в сознание человека:

1) **визуальный** (внешняя и внутренняя информация представляет собой комплекс зрительных образов);

2) **аудиальный** (информация представляет собой комплекс звуков);

3) **кинестетический** (информация представляет собой комплекс ощущений).

Каждый человек способен воспринимать и перерабатывать информацию, используя все три канала. Но при этом у каждого из нас есть один канал, через который мы пре-

---

[1] *Рубинштейн С. Л.* Принципы и пути развития психологии. М., 1959. С. 180.

жде всего воспринимаем, думаем, вспоминаем. Такой канал называется **приоритетным**. Каждому человеку присуща своя **модальность** (от лат. *modus* — способ, качественная характеристика ощущений).

В соответствии с этим всех людей можно разделить на **визуалов**, **аудиалов** и **кинестетиков**. Внимательно наблюдая за собеседником, можно определить, к какому типу он относится. Различия проявляются в звучании голоса, особенностях жестикуляции, направлении движения глаз, преимущественном определении отдельных слов, отражающих модальность образов, присутствующих в его сознании. По этим словам, называемым предикатами, легче всего определить тип человека.

***Первое впечатление.*** Психологами было обнаружено несколько типовых схем, по которым строится образ другого человека; в той или иной степени их используют все люди. Построение образа партнера по этим схемам иногда приводит к так называемым **эффектам первого впечатления**, или систематическим ошибкам социального восприятия. Знание этих схем может способствовать пониманию того, как формируется первое впечатление о человеке.

Наиболее часто применяется схема восприятия, которая срабатывает в случае неравенства партнеров в той или иной сфере. **Ошибки неравенства** проявляются в том, что люди склонны систематически переоценивать различные психологические качества тех, кто превосходит их по какому-то существенному для них параметру.

*В опытах А. А. Бодалева разным группам испытуемых предлагали описать человека по одной и той же фотографии. Перед показом фотографии одной группе дали понять, что это фото героя, а другой — преступника. Описания разными группами этой фотографии оказались очень различными — в зависимости от предлагаемого статуса человека. Вот описания преступника:*

*«Человек опустившийся, очень озлобленный, неопрятно одетый, непричесанный. Можно подумать, что до того, как стать преступником, он был служащим или интеллигентом. Очень злой взгляд».*

*А вот описание героя:*

*«Очень волевое лицо. Ничего не боящиеся глаза смотрят исподлобья. Губы сжаты, чувствуется душевная сила и стойкость. Выражение лица гордое»*[1].

---

[1] *Бодалев А. А.* Личность и общество. М., 1983. С. 12.

При ошибках неравенства схема восприятия такова. При встрече с человеком, превосходящим нас по какому-то важному для нас параметру, мы оцениваем его более положительно, чем это было бы, если бы он был нам равен. Если же мы имеем дело с человеком, которого мы в чем-то превосходим, то мы его недооцениваем. Очень важно помнить, что превосходство фиксируется по какому-то одному параметру, а переоценка (или недооценка) происходит по многим параметрам. Эти ошибки можно назвать **фактором превосходства**.

Не менее важными и узнаваемыми являются ошибки, связанные с тем, нравится нам внешне наш партнер по общению или нет. Ошибки заключаются в том, что если человек нам нравится (внешне), то одновременно мы склонны считать его более хорошим, умным, интересным и т.д., т.е. опять переоценивать многие его психологические характеристики.

*Подобные примеры мы можем найти у многих писателей. Например, у Л. Н. Толстого в «Крейцеровой сонате» говорится:*

*«Удивительное дело, какая полная бывает иллюзия того, что красота есть добро. Красивая женщина говорит глупости, ты слушаешь и не слышишь глупости, а слышишь умное. Она говорит, делает гадости, а ты видишь что-то милое. Когда же она не говорит ни глупостей, ни гадостей, а красива, то сейчас уверяешься, что она чудо как умна и нравственна»*[1].

Здесь под влиянием одного фактора переоцениваются или недооцениваются свойства человека. Мы имеем дело с **фактором привлекательности** — чем более привлекателен для нас человек внешне, тем лучше он во всех отношениях; если же он непривлекателен, то и остальные его качества недооцениваются.

Следующая схема также хорошо известна. Те люди, которые к нам относятся хорошо, кажутся нам значительно лучше тех, кто к нам относится плохо. Это проявление так называемого **фактора отношения к нам**.

*Американские психологи Р. Нисбет и Т. Вильсон проводили следующий эксперимент. Студенты в течение получаса общались с новым преподавателем, который с одними испытуемыми вел себя как с равными, с другими — подчеркивал социальную дистанцию. После этого студентов попросили дать оценку ряду характери-*

---

[1] *Толстой Л. Н.* Собрание сочинений. М. : Художественная литература, 1985. Т. 12. С. 148.

*стик преподавателя. Результаты оказались однозначными: оценки преподавателя, который общался «на равных», оказались значительно выше, чем оценки «отстраненного».*

Отсюда можно сделать заключение, что положительное отношение к нам порождает сильную тенденцию к приписыванию позитивных свойств и «отбрасыванию» отрицательных; и наоборот — негативное отношение вызывает тенденцию не замечать положительных сторон партнера и выделять отрицательные. Таково действие рассматриваемого фактора.

Все эти **три вида ошибок** при формировании первого впечатления, описанных нами, называются **эффектом ореола**. Эффект ореола проявляется в том, что при формировании первого впечатления общее позитивное впечатление о человеке приводит к переоценке неизвестного нам человека. Механизм ошибок похож во всех трех случаях, но источником «ореола» являются разные причины, что и позволило выделить три основные ошибки — **превосходства**, **привлекательности** и **отношения к нам**.

Очень важно отметить, что эти факторы охватывают практически все возможные ситуации общения. Из этого, казалось бы, следует, что первичное восприятие другого человека всегда ошибочно. Но это не совсем так. Специальные исследования показывают, что почти каждый взрослый человек, имеющий достаточный опыт общения, способен точно определить почти все характеристики партнера. Но эта точность бывает только в нейтральных ситуациях (а такие ситуации встречаются только в специальных экспериментах и совершенно отсутствуют в реальной жизни). И эти же эксперименты обнаружили, что в реальной жизни всегда присутствует тот или иной процент ошибок. Почему это происходит?

Вероятно, потому, что перед человеком никогда не стоит задача «просто воспринять» другого человека. Образ партнера, который создается при знакомстве, — это регулятор последующего поведения, он необходим для того чтобы правильно и эффективно построить общение в данной ситуации.

*Особенно хорошо это видно на примере общения взрослых с маленькими детьми. Как часто многие взрослые не умеют разговаривать с малышами и как часто маленькие дети испытывают трудности в общении с незнакомыми взрослыми. Причина этих*

*неудач — отсутствие у тех и других адекватной техники общения при таких огромных и явных различиях по всем параметрам.*

В каждой ситуации в фокусе восприятия оказываются те признаки другого человека, которые позволяют определить его принадлежность к той или иной группе, в соответствии с особенностями ситуации и требованиями к построению дальнейшего поведения. А все остальные черты и особенности, оказавшиеся «не в фокусе», просто достраиваются по определенным схемам, и именно здесь появляется вероятность ошибки.

Таким образом, восприятие любого другого человека одновременно и верное, и неверное.

Однако важно знать не только саму схему восприятия, но также и те знаки во внешности другого человека или в ситуации, которые «запускают» восприятие по этой схеме.

Исследования показывают, что для определения **параметра превосходства** в нашем распоряжении имеются два основных источника информации:

1) одежда человека;
2) манера поведения человека.

Определение превосходства при помощи каких-то внешних, т.е. видимых средств, всегда имеет большое значение.

*В прежние времена это было настолько важно, что определенная одежда не только* ***могла*** *носиться людьми определенного статуса или общественного положения, но и* ***должна*** *была носиться ими. Например, в Средние века церковь диктовала в одежде практически все, вплоть до малейших деталей. Этот диктат закреплялся определенными эдиктами, которые высекались на камне, устанавливавшемся посреди города. Понятно, что любой житель средневековой Европы, только взглянув на человека, сразу понимал, кто (в социальном плане) перед ним. Существовали периоды, когда система предписаний разрабатывалась до мельчайших подробностей.*

*В Китае, например, вплоть до XX в. самой распространенной одеждой был халат, причем мужские и женские халаты различались лишь деталями. Социальное положение определялось лишь фасоном (их было всего два) и цветом. Так, халат желтого цвета мог носить только император, коричневого и белого — престарелые сановники, красного и синего — герои. Студенты носили халаты голубого цвета, крестьяне — белого, бедняки — черного*[1].

Вместе с демократизацией общества официальная роль одежды меняется. Сейчас, например, нет запретов или пра-

[1] *Козлова В. Г.* Костюм как знаковая система. М., 1980.

вил, каждый может надеть все, что захочет. Тем не менее связь одежды с тем или иным видом превосходства остается достаточно сильной.

В манере поведения, как и в одежде, всегда присутствуют элементы, позволяющие судить о статусе человека. «Что приличествует Юпитеру, то не приличествует быку», — гласит древняя поговорка. И мы все по манере поведения можем определить наше равенство или неравенство с другим человеком.

В чем проявляется **превосходство** в манере поведения? Скорее всего, это можно определить как независимость в различных ситуациях и обстоятельствах.

*Сюда относится прежде всего независимость от партнера: человек показывает, что ему неинтересен тот, с кем он общается, его реакция, настроение, состояние или то, о чем он говорит. Такая внешняя независимость может выглядеть также как высокомерие, наглость, уверенность в себе и т.п. Независимость от ситуации общения обнаруживается в следующем: человек как бы «не замечает» некоторых ее аспектов — наличия свидетелей, неудачно выбранного момента, различных помех и т.д. Такое поведение почти всегда свидетельствует об определенном превосходстве. Слишком расслабленная поза (например, развалившись в кресле) при важном разговоре может означать превосходство в ситуации, власть. Или бывает, что человек смотрит в сторону, в окно, рассматривает свои ногти — это явная демонстрация превосходства, власти (кстати, люди зависимые обычно внимательно смотрят на собеседника, «заглядывают в глаза»). Если человек говорит непонятно для собеседника, употребляет много специальных терминов, иностранных слов, т.е. не стремится к тому, чтобы его поняли, то такое поведение фиксируется иногда как интеллектуальное превосходство*[1].

Манера поведения может содержать в себе признаки превосходства по разным причинам: вследствие действительного превосходства, объективного или субъективного, а также вследствие превосходства ситуативного. Отметим, что действие фактора превосходства начинается тогда, когда человек фиксирует превосходство другого над собой по знакам в одежде и манере поведения.

Если с определением знаков превосходства особых затруднений не возникает, то относительно **знаков привле-**

---

[1] См.: *Выготский Л. С.* Исторический смысл психологического кризиса // *Выготский Л. С.* Собр. соч. в 6 т. Т. 1. М., 1982.

**кательности** все обстоит иначе. Спросите себя или своих знакомых, каковы внешние знаки, позволяющие считать одного человека привлекательным, а другого нет? Удовлетворительного ответа вы не получите. Хотя практическое определение привлекательности, как правило, проблем не вызывает.

Сложность этого вопроса вызвана тем, что все привыкли считать привлекательность только индивидуальным впечатлением. Можно сказать, что знаками привлекательности являются усилия человека выглядеть социально одобряемым в некоторой группе образом.

Знаком, «запускающим» соответствующую схему формирования впечатления, является все, что свидетельствует о согласии или несогласии партнера с нами (фактор отношения к нам).

В любом случае мы должны осознавать, что ошибкой является не само по себе построенное по схеме первое впечатление, а использование этого впечатления не по адресу в длительном межличностном общении.

***Длительное общение.*** В постоянном общении продолжают действовать результаты первого впечатления. Однако при постоянном и длительном общении нам может быть недостаточно только тех черт и свойств, которые были приписаны партнеру при первом впечатлении. В постоянном общении становится важным более глубокое и объективное понимание партнера.

В реальном общении мы почти всегда примерно понимаем, что происходит с нашим партнером. При этом вряд ли каждый может в любой момент объяснить, почему ему кажется, что собеседник чем-то расстроен или не хочет продолжать разговор. Однако это понимание существует, иначе мы не стали бы выяснять, что же произошло или стараться закончить беседу. Значит, восприятие другого человека в общении дает нам материал для выводов. Проблема состоит в том, что мы иногда не знаем, что это за материал, что собственно мы восприняли и как это у нас получилось.

*Общаясь с партнером, мы получаем большое количество информации о нем, его состоянии и переживаниях. Известно и то, что способности адекватного восприятия других индивидов у разных людей различные. Почему? Некоторые полагают, что это зависит от жизненного опыта. Тем не менее большой жизненный опыт далеко им не всегда и не всем помогает в общении. В то же время есть молодые люди, прекрасно умеющие вовремя увидеть что-то*

*в партнере и понять, что с ним происходит. И наконец, маленькие дети. У них отсутствует жизненный опыт, но многие знают, насколько верно и тонко дети воспринимают взрослых, буквально чувствуют их. Вероятно, существуют способности, позволяющие за внешними признаками видеть внутреннее содержание.*

Как понять своего партнера? Психологические исследования показывают, что почти все детали внешнего облика человека могут нести информацию о его эмоциональных состояниях, отношении к окружающим, а также о его отношении к себе.

Лицо человека, его жесты, мимика, общий стиль экспрессивного поведения, походка, его манера стоять, сидеть, привычные позы и их изменение во время разговора, пространственная ориентация по отношению к партнерам — все это несет информацию о его внутренних состояниях. Конечно, то, что максимально привлекает наше внимание в облике другого человека, — это его лицо.

Действительно, можно сделать «умное» лицо и тем самым воздействовать на мнение о себе. Кроме того, лицо часто бывает «одухотворенное», «смешное», «просветленное», «угрюмое» и т.д. Таким образом, первое, что отражается в лице человека — это эмоции. Существуют семь основных выражений лица: **счастье**, **удивление**, **страх**, **страдание**, **гнев**, **отвращение** (или **презрение**) и **интерес**. Восприятие эмоционального состояния человека по лицу происходит очень быстро и точно.

Важную роль при чтении информации «с лица» играет направление взгляда.

*Например, очень неприятно говорить с человеком, который все время не смотрит на вас, отводит глаза. И точно так же не очень приятно, когда на вас все время пристально смотрят. Что выражает направление взгляда? Зарубежные психологи считают, что взгляд связан с процессом формирования высказывания и трудностью этого процесса. Когда человек только формулирует мысль, он чаще всего смотрит в сторону («в пространство»); когда мысль полностью готова — на собеседника. Когда речь идет о сложных вещах, то на собеседника смотрят меньше; когда трудность преодолевается — больше. Вообще же тот, кто в данный момент говорит, меньше смотрит на партнера — он смотрит на него только для того, чтобы проверить его реакцию и заинтересованность. Слушающий же больше смотрит в сторону говорящего и «посылает» ему сигналы обратной связи.*