**1. Дисциплина: ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ**

**2. Преподаватель: Ремская Е.А.**

**3. Название темы: «Общение как обмен информацией. Основные элементы коммуникации. Вербальная коммуникация. Коммуникативные барьеры » (2 часа)**

**4. Самостоятельная работа: «Невербальная коммуникация» (2 часа)**

**5. Изучить тему. Ответить на контрольные вопросы.**

**6. Вопросы по теме:**

1. Назовите основные характеристики коммуникативной стороны общения и коммуникативные позиции субъектов общения.
2. Назовите два пути обмена информацией в процессе общения и дайте им характеристику.
3. Назовите различные типы коммуникативных барьеров и дайте им характеристику.

**Общение как обмен информацией (коммуникативная сторона общения)**

1. Основные элементы коммуникации

«Коммуникация» соответствует латинскому слову «соmmunicatio» - делаю общим, связываю, общаюсь. Под **коммуникацией** понимается связь, взаимодействие двух систем, в ходе которого от одной системы к другой передаются сигналы, несущие информацию.

Коммуникация присуща и техническим системам, и взаимодействию человека с машиной, и общению людей. При общении людей коммуникация получает новое качественное содержание. Специфика человеческой коммуникации заключается в том, что в условиях межличностного общения информация не только передается, но и формируется, уточняется, развивается. Основная цель информационного обмена в межличностном общении – выработка общего смысла, единой точки зрения и согласия по поводу различных ситуаций и проблем.

Коммуникационный процесс - это обмен информацией между отдельными людьми или группой лиц. Основная цель коммуникационного процесса - это обеспечение понимания посланного сообщения.

**Основными компонентами коммуникации являются:**

1. *Субъекты коммуникационного процесса* - отправитель и получатель сообщения (коммуникатор и реципиент).

*2. Предмет коммуникации* (какое-то явление, событие и т.п.) и отражающее его сообщение (статья, радиопередача, телевизионный сюжет и т.д.).

3. *Средства коммуникации* - код, используемый для передачи в знаковой форме (слова, картинки, ноты и т. д.).

4. *Каналы коммуникации* по которым передается сообщение от коммутатора к реципиенту (письмо, телефон, радио, телеграф и т.д.), делятся на: а) средства массовой коммуникации — пресса, радио, телевидение, информационные и рекламные агентства и т.д.; б) межличностную коммуникацию - непосредственный личностный обмен сообщениями между источником и получателем.

5. *Эффект коммуникации* - последствия коммуникации, выраженные в изменении внутреннего состояния субъектов коммуникационного процесса, в их взаимоотношениях или в их действиях.

В самом общем виде коммуникационный процесс можно описать следующим образом:

1. *Отправитель* (источник), цель которого заключается в том, чтобы оказать то или иное воздействие на получателя, *передает определенное сообщение*. В качестве отправителя могут выступать отдельные индивиды, группы людей, общественные институты (государственные учреждения, политические партии и т.п.). Отправитель является инициатором коммуникативного процесса, который начинается только тогда, когда у отправителя возникает потребность в создании и передаче какого-либо сообщения.
2. *Сообщение* — это осмысленная и соответствующим образом закодированная информация*.* Информация может быть закодирована с помощью вербальных и невербальных знаков и символов, содержащих те или иные смыслы. *Цели кодирования —* доведение замысла (идеи) отправителя до получателя; обеспечение такой интерпретации сообщения получателем, которая адекватна замыслу отправителя, т.е. получатель должен воспринять смысл сообщения именно таким, какой был вложен его отправителем. Кодирование во многом зависит от того, какой канал или средство передачи будет выбрано: устная речь, письменное обращение, знак, плакат и др.
3. *Передача информации получателю* - это физическое доведение информации до получателя, которую часто принимают за весь процесс коммуникации. Фактически это процесс организации доступности информации или информационного сообщения.
4. Получателю для понимания смысла передаваемого сообщения необходимо его *раскодировать* (декодировать). *Декодирование* — это обратный процесс перевода закодированного сообщения на язык, понятный получателю. Получателем может быть одно лицо, группа лиц, общество в целом или какая-нибудь его часть. Когда в роли получателя выступает более чем одно лицо, его (получателя) называют аудиторией коммуникации.
5. Коммуникация предполагает *обратную связь*, под которой понимают ответную реакцию получателя на сообщение отправителя. Обратная связь делает коммуникацию динамическим двусторонним процессом. Благодаря ей отправитель убеждается, что сообщение дошло до адресата и соответствующим образом проинтерпретировано. Обратная связь бывает положительная и отрицательная. Положительная обратная связь информирует отправителя, что желаемый результат сообщения достигнут. Отрицательная обратная связь информирует отправителя, что желаемый результат сообщения достигнут не был. С точки зрения повышения эффективности коммуникации отрицательная обратная связь имеет большее практическое значение, чем положительная.

Понятие *эффективной коммуникации* с точки зрения отправителя предполагает получение информации получателем и ответную реакцию в соответствии с прогнозом отправителя. Для повышения эффективности всей системы коммуникации необходимо уменьшить помехи, возникающие в процессе коммуникации, то есть учитывать индивидуально - личностные, социальные и культурные фильтры. Эти помехи могут быть изменены за счет дублирования сообщения, изменения самого сообщения в случае необходимости, уменьшения числа посредников в коммуникативном процессе.

Существует *три основных типа результатов коммуникации*:

а) изменения в знаниях получателя;

б) изменение установок получателя, то есть изменение относительно устойчивых представлений индивида;

г) изменение поведения получателя обращения.

***Ключевые условия эффективной*** *коммуникации*:

*Цели коммуникации* - отправитель должен четко знать, каких аудиторий он хочет достичь и отклик какого типа получить.

*Подготовка обращения* - необходимо учитывать предшествующий опыт и процедуру декодирования сообщений, которой придерживается целевая аудитория.

*Планирование каналов* - отправитель должен передавать свое обращение по каналам, которые эффективно доводят его до целевой аудитории.

*Эффективность обращения* - отправитель должен по сигналам обратной связи оценивать отклик целевой аудитории на передаваемые сообщения.

Целью любой коммуникации является влияние на позицию, мнение и действия коммуниканта (получатель информации) в том направлении, которое желает коммуникатор (отправитель). Эффективная коммуникация характеризуется тем, что переданная информация должна быть воспринята в соответствии с ее первоначальным контекстом. При оценке эффективности коммуникативного воздействия необходимо фиксировать не только действия (например, привлечение клиентов благодаря рекламной кампании), но и выявлять все изменения в представлениях и мнениях, так как коммуникации в первую очередь непосредственно влияют на эти процессы.

1. Особенности вербальной коммуникации

**Вербальная коммуникация** – это обмен сообщениями между людьми посредством речи.

**Речь** – это процесс использования языка в целях общения людей, это говорение.

Речь, произносимую вслух, называют *внешней*. Когда человек думает, он говорит про себя, выражая мысли словами и фразами в виде так называемой *внутренней речи*.

**Язык** – это совокупность звуковых, словарных и грамматических средств выражения мыслей. В разных языках эти средства имеют различное семантическое содержание, поэтому люди, говорящие на разных языках, могут не понимать друг друга.

*К основным функциям языка* относятся:

а) конструктивная (формирование мыслей);

б) коммуникативная (функция обмена информацией);

в) эмотивная (выражение отношения говорящего к предмету речи и непосредственная эмоциональная реакция на ситуацию);

г) воздействие на адресата (делового партнера).

Язык реализуется в речи и только через нее выполняет свое коммуникативное предназначение. Речь является главным инструментом человеческого общения.

Основная форма вербальной коммуникации - *беседа, разговор*.

Разговор подчиняется определенным правилам, имеет определенный порядок и структуру. Выделяют три типа разговора:

1. *формализованный*, где разговор следует строгой, заранее оговоренной регламентации, например, переговоры, совещания, конференции и т.д.;
2. *полуформализованный*, где отсутствует предварительно заданная регламентация, но некоторые каноны соблюдаются, например, светские беседы и т.д.;
3. *неформализованный*, где также существуют правила, которые регулируют не внешнюю, а сущностную сторону разговора. Они довольно гибкие, изменяемые в зависимости от ситуации, например, повседневные разговоры с близкими и т.д.

Вне зависимости от типа все разговоры подчинены единой логике, выраженной в последовательности фаз: *инициирование, сам разговор* и его *окончание*.

Необходимое условие успешной вербальной коммуникации – *умение говорить*.

Другим условием успешной вербальной коммуникации является *умение слушать.* Исследования показывают, что выслушать собеседника спокойно и направленно, вникнуть в сущность того, что говорится, могут не более 10 % людей.

Неумение слушать – основная причина неэффективного общения, которая часто приводит к проблемам. При кажущейся простоте (некоторые думают, что слушать – это просто помалкивать) слушание – сложный процесс, требующий психологических энергозатрат, определенных навыков и общей коммуникативной культуры.

В литературе выделяется два вида слушания *– нерефлексивное и рефлексивное.*

Нерефлексивное слушание – это умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями. Слушание этого вида особенно полезно тогда, когда собеседник проявляет такие чувства, как гнев или горе, горит желанием высказать свою точку зрения, хочет обсудить наболевшие вопросы. Ответы при нерефлексивном слушании должны быть сведены к минимуму, типа «Да», «Ну-ну», «Продолжайте» и т. д.

Рефлексивное слушание представляет собой процесс расшифровки смысла сообщений. Выяснить реальное значение сообщений помогают рефлексивные ответы, такие как выяснение, перефразирование, отражение чувств и резюмирование.

При личных контактах, когда люди видят друг друга, коммуникация осуществляется и на вербальном и на невербальном уровнях.

**Невербальная коммуникация** – это обмен сообщениями посредством неречевых средств – мимики, жестов, через сенсорные и телесные контакты.

Исторический опыт человеческого общения говорит, что вербальная сторона коммуникации более молодая. Несловесное общение имеет более глубинные корни, уходящие в условия выживаемости и развития человека, как биологического вида.

Специалисты утверждает, что с помощью слов передается 7% информации о том, как человек относится к нам, его состоянии и настроении. Остальное сообщается с помощью тона голоса, интонации, мимики, жестов, позы. Иными словами, значимо, не что говорится, а как это делается.

Невербальная и вербальная коммуникации находятся в сложном взаимодействии. *Функции, выполняемые невербальными сообщениями*:

* дополнения вербальных сообщений;
* опровержения вербальных сообщений;
* замещения вербальных сообщений;
* регулирования разговора.

По своим коммуникативным возможностям вербальное общение гораздо богаче невербального, хотя и не в состоянии его заменить. В словах, в вербальной коммуникации мы ищем ту информацию, которую угадали по невербальным признакам.

Исследования показывают, что в действительности эффективность вербальной коммуникации у большинства людей составляет лишь 25%. Поэтому необходимо целенаправленно повышать ее эффективность. Существуют правила успешной вербальной коммуникации. Немецкий филолог, исследователь Гисберт Бройнинг выделил девять правил благоприятного проведения речевой коммуникации.

1. Понимание высказывания связано с конструкцией предложения. Длинные предложения затрудняют понимание, так как сложны и грамматически не ясны. Для их понимания партнеру нужны большая сосредоточенность и внимание. Кроме того, они затрудняют понимание вопроса, смысл часто теряется в придаточных предложениях.

2. Короткие предложения (8-15 слов) состоят из законченных мыслей. Это точные и действенные высказывания. Короткие предложения всегда наглядны.

3. Голос является самым сильным инструментом убеждения. Выразительность голоса воспринимается не столько разумом, сколько чувством. Голос вызывает симпатию или антипатию. Монотонность речи часто является причиной неудачи в коммуникации.

4. Паузы прерывают поток речи, выполняя психологические функции: усиливают внимание, успокаивают, подчеркивают сказанное и помогают сделать передышку.

5. Качество и количество словаря усиливают влияние высказывания. Пассивный словарь (слова, которые может использовать память) состоит в зависимости от образования из 3 000– 5 000 слов. Активный словарь (слова, которыми пользуются при спонтанной речи) состоит из 3 000– 12 000 слов.

6. Рекомендуется чаще использовать в речи глаголы, а не существительные. Глаголы придают высказыванию наглядность, существительные – большей частью, смысловое значение, которое часто бывает абстрактным. Обходитесь по возможности без прилагательных, они слишком личные.

7. В высказывании лучше использовать активную форму глагола, а не пассивную. Например: «Я пригласил его», а не «Он был мною приглашен». Пассив воздействует безлично, создает дистанцию между партнерами и несет эмоциональную нагрузку.

8. Дистанционно и безлично действуют формулировки «Согласно этому можно понять, что…», а также высказывания, содержащие большие числа. Сослагательное наклонение типа «Я бы сказал…», «Я бы полагал…», «Я должен…» – не выражает решительного поступка, а скорее создает дистанцию между собеседниками.

9. Серьезная проблема возникает тогда, когда партнер не до конца понимает или иначе истолковывает смысл слова или высказывания, который в них вкладывается. Значение сказанного слова партнер либо расширяет, либо сужает. Чем абстрактнее понятие, тем многозначнее можно его интерпретировать. Часто нужно уже в начале разговора разъяснить собеседнику, что Вы понимаете под тем или иным понятием.

1. Коммуникативные барьеры

Специфику коммуникации характеризует наличие коммуникативных барьеров.

**Коммуникативные барьеры** – это психологические препятствия, возникающее на пути адекватной передачи информации между партнерами по общению.

В современной психологии выделяют коммуникативные барьеры трех типов:

1. Барьеры понимания:
* трудности фонематического характера;
* семантические барьеры;
* стилистические барьеры;
* логические барьеры.
1. Барьеры, связанные с социально-культурными различиями:
* социальными;
* политическими;
* религиозными;
* профессиональными.
1. Барьеры, вызванные отношениями с людьми:
* неприязнь к собеседнику;
* недоверие к нему.

Возникновение **барьера понимания** может быть вызвано рядом причин: фонематическим непониманием, семантическим, стилистическим, логическим барьерами. *Феномен фонематического непонимания* проявляется в результате использования коммуникатором невыразительной быстрой речи, речи-скороговорки или с большим количеством звуков-паразитов. *Семантические барьеры* *понимания* связаны с тем, что участники общения используют различные значения слов, например в фразе: «Убери свою ручку», значение слова «ручка» может пониматься как «рука человека» или как «авторучка» *Стилистический барьер* обычно возникает при несоответствии стиля речи говорящего и ситуации общения или стиля речи и состояния того, кто в данный момент слушает. *Логический барьер понимания* возникает, когда логика рассуждения говорящего либо слишком сложная для понимания слушающего, либо противоречит присущей ему манере доказательств, например, детская логика отличается от логики взрослого.

**Социокультурные барьеры** возникают между людьми разных социальных положений и культур. Их причиной являются социальные, политические, религиозные и др. различия между партнерами по общению. *Социальные барьеры* возникают из принадлежности субъектов к разным слоям общества. *Политическое непонимание* лучше всего демонстрируют конфликты между представителями разных партий. *Религиозные войны* возникают в результате трудностей в общении людей, исповедующих разные религии. Иногда препятствием становится *профессиональная принадлежность партнера по общению*, поскольку в каждой профессии есть свои области знаний и свой лексикон.

*Барьер отношения в общении* возникает, например, при неприязни, недоверии к собеседнику. Эти барьеры определяются проблемами психологического климата, системы ценностей, негативными установками друг против друга и предубеждениями.

Установлено, что барьер общения тем меньше, чем выше авторитетность говорящего в глазах слушающего.

**Невербальная коммуникация**

1. Понятие невербальной коммуникации и ее значение

**Невербальная коммуникация** – это обмен невербальными сообщениями между людьми, а также их интерпретация.

Невербальная коммуникация, более известная как язык поз и жестов, включает в себя все формы самовыражения человека, которые не опираются на слова. Невербальные сообщения могут передаваться посредством:

* *оптико-кинетической системы знаков*: жесты, мимика, пантомимика;
* *тактильной системы знаков*: различные прикосновения;
* *параязыка*: паралингвистическая и экстралингвистическая система знаков;
* *организации микросреды общения*: изменение характеристик пространства общения;
* *ольфакторной системы знаков*: различные запахи;
* *визуального контакта*: контакт глаз.

Функции невербальной коммуникации:

1. Получение сведений о личности коммуникатора: о темпераменте человека, его эмоциональном состоянии в данной ситуации, самооценке, коммуникативной компетенции, социальном статусе, принадлежности к определенной группе, субкультуре.
2. Получение сведений о взаимоотношениях участников: о желаемом уровне общения (социальная и эмоциональная близость - отдаленность), о характере или типе отношений (доминирование- зависимость, расположение – нерасположение).
3. Получение сведений об отношениях участников коммуникации к самой ситуации общения.

Психологи считают, что чтение невербальных сигналов является важнейшим условием эффективного общения, поскольку:

* + около 70% информации человек воспринимает именно по зрительному (визуальному) каналу;
	+ невербальные сигналы позволяют понять истинные чувства и мысли собеседника;
	+ наше отношение к собеседнику нередко формируется под влиянием первого впечатления, а оно, в свою очередь, является результатом воздействия невербальных факторов – походки, выражения лица, взгляда, манеры держаться, стиля одежды и т.д.

Особенности невербальной коммуникации заключаются в их *зависимости от ситуации*, поскольку позволяют понять состояние всех участников коммуникации в реальном времени. Невозможно получить невербальную информацию о лицах, отсутствующих в данный момент.

Кроме того, невербальная коммуникация спонтанна и непроизвольна, в отличие от слов, которые не всегда *искренни,* чем невербальная коммуникация и ценна. Она практически не поддается контролю, поэтому так просто по невербальным сигналам порой выявить истину при вербальном общении.

Огромное значение невербальных сигналов в деловом общении подтверждается экспериментальными исследованиями. Проведенные исследования показали, что современный человек за день произносит более 30 тысяч слов, сопровождая их несловесными действиями. При этом слова (которым придается большое значение) раскрывают лишь 7% смысла, 38% значения несут звуки и интонации и 55 % - позы и жесты.

1. Системы невербальной коммуникации

Невербальная коммуникация осуществляется посредством *семи систем*:

1. *Оптико-кинетическая система*, которая включает в себя: внешний вид собеседника, мимика (выражение лица), пантомимика (позы и жесты).

2. *Тактильная система,* которая включает различные прикосновения.

3. *Паралингвистическая* (или околоречевая) *система*, включающая: вокальные качества голоса, его диапазон, тональность, тембр.

4. *Экстралингвистическая* (или внеречевая) *система*, к которой относятся темп речи, паузы, смех и т.д.

5*. Пространственная система*, включающая межличностное пространство общения.

6. *Ольфакторная система*, включающая различные запахи.

7. *Система визуального контакта*, включающая контакт глаз.

Наибольшее значение, несущие максимум информации о собеседнике, имеют пространственная и оптико-кинетическая системы, а также система визуального контакта.

*Средства кинесики:* мимика и пантомимика, включающая позы и жестикуляцию. *Мимика* – это сокращение различных мышц лица для выражения своих переживаний и отношения к чему- или кому-либо. *Жестикуляция* – это кинетическая активность говорящего человека. Наиболее показательными случаями использования средств кинесики в процессе общения являются случаи, когда к ее помощи прибегают люди, говорящие на разных языках. Жестикуляция при этом становится единственно возможным средством общения и выполняет сугубо коммуникативную функцию.

*Средства проксемики* включают: расстояния между коммуникантами при различных видах общения, их векторные направления, а также тактильную коммуникацию (прикосновения, похлопывание собеседника по плечу, рукопожатие и т.д.). То, как люди прикасаются к другим, может быть знаком его власти, эмпатии или понимания. Проксемические средства выполняют разнообразные функции в общении. Так, например, тактильная коммуникация становится чуть ли не единственным инструментом общения для слепоглухонемых (чисто коммуникативная функция).

К невербальной коммуникации относятся акциональные компоненты общения. *Акциональные компоненты* представляют собой действия коммуникантов, сопровождающие речь. Например, в ответ на просьбу говорящего что-либо сделать (скажем, включить свет и т.д.) адресат может молча выполнить требуемое действие.

Невербальными по своей сути являются компоненты и других *семиотических систем* (например, изображения, явления культуры, формулы этикета и т. д.), а также предметный, или ситуативный, мир. Под ним понимаются объекты, окружающие участников коммуникации, а также ситуации, в которых они заняты, например, обучение и инструктирование с помощью схем, формул или графиков, вручение подарков, награждение победителей призами и т.д.

Соотношение вербальных и невербальных средств общения может складываться по-разному. В одних случаях они совпадают и усиливают друг друга. В других случаях они могут не совпадать или даже противоречить друг другу. То, как именно складываются соотношения разных средств общения, определяется правилами и нормами, характерными для данного общества (или общности людей) на данном этапе его развития.