

**МАСТЕРА
ПСИХОЛОГИИ**

Е. П. Ильин

ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ

И МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ



ПИТЕР

Евгений Павлович Ильин
Психология общения и
межличностных отношений
Серия «Мастера психологии»

«Текст предоставлен правообладателем»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=181648

Психология общения и межличностных отношений: Пупер; Спб.; 2009

ISBN 978-5-388-00425-3

Аннотация

Для этой высокопрофессиональной книги характерна подлинная «многоаспектность» изложения материала, что выгодно отличает ее от аналогичных изданий, которые на ее фоне заметно проигрывают. К бесспорным достоинствам книги следует отнести колоссальную проработку отечественной и зарубежной литературы, а также широчайший охват вопросов. Это настоящая энциклопедия теоретической и практической психологии общения.

Издание предназначено для психологов, педагогов, руководителей и многих других специалистов, для которых знакомство с этой книгой станет залогом успешной профессиональной деятельности.

Содержание

Предисловие	6
ВВЕДЕНИЕ	9
РАЗДЕЛ I	14
ГЛАВА 1	15
1.1. Понятие «общение»	15
1.2. С кем мы общаемся, или В каком случае следует говорить об общении?	31
1.3. Потребность в общении	42
1.4. Общение как ценность	51
1.5. Функции и цели общения	53
1.6. Виды общения	55
1.7. Способы общения	70
1.8. Выбор партнера по общению	73
ГЛАВА 2	77
2.1. Речь, или вербальные средства общения	77
2.2. Невербальные средства общения	83
Жесты	87
Мимика	98
Поза	106
Походка	107
Другие невербальные средства общения	107
ГЛАВА 3	110

3.1. Внешние факторы общения	111
3.2. Умение слушать, что говорят другие	114
3.3. Манеры (стили) общения	123
ГЛАВА 4	127
4.1. Экстравертированность – интровертированность	127
4.2. Эмпатийность	134
4.3. Властность	138
4.4. Конфликтность и агрессивность	141
4.5. Толерантность	146
4.6. Застенчивость	147
4.7. Робость (социальная трусость)	155
4.8. Ригидность – мобильность	157
4.9. Психологический портрет субъекта затрудненного общения	160
ГЛАВА 5	163
5.1. Неимперативные прямые формы воздействия	166
5.2. Внешнее внушение	190
5.3. Императивные прямые формы воздействий	197
5.4. Дисциплинарные меры воздействия	203
5.5. Угрозы (запугивание)	204
5.6. Самовосхваление и самоназидательность	206
5.7. Критика	207

5.8. Слухи и сплетни	210
5.9. Способы защиты от воздействий	215
ГЛАВА 6	222
6.1. Характеристика манипулятивного общения	222
6.2. Демонстрация слабости, беспомощности	230
6.3. Заискивание, лесть, подхалимаж	231
6.4. Обман, ложь, вранье	233
6.5. Распознавание лжи	248
6.6. Манипулятивный (макиавеллический) тип личности	251
ГЛАВА 7	258
7.1. Коммуникативная культура	258
7.2. Авторитет источника информации	262
7.3. Конформность реципиента	274
Конец ознакомительного фрагмента.	277

Евгений Павлович Ильин

Психология общения и межличностных отношений

Предисловие

В настоящее время написано уже большое количество научных и особенно популярных монографий по общению, в которых эта проблема рассмотрена с различных сторон (А. Е. Войскунский, 1982; И. Н. Горелов, 1980; Р. Л. Кричевский, 2000; А. А. Кроник, Е. А. Кроник, 1998; Ф. А. Кузин, 1997; В. П. Паниотто, 1975; Б. Д. Парыгин, 1999; Л. А. Петровская, 1989; Н. Д. Творогова, 1996; П. Томсон, 2001; Л. Б. Филонов, 1982; Р. Фишер, У. Юри, 1992, и многие другие, о которых пойдет речь в книге). На этом фоне написание еще одной книги по данной теме требует обоснования, что я и попытаюсь сделать.

В каждой из опубликованных работ авторы делают акцент на каком-то одном аспекте проблемы общения. Например, у Л. П. Бугеовой (1978), М. С. Кагана (1988), В. И. Фефеловой (2007) это философское рассмотрение проблемы, у М. И.

Лисиной (1986) – онтогенетическое, у А. В. Мудрика (1981) и В. А. Кан-Калика (1987) – педагогическое, у Г. В. Бороздиной (1999) – рассмотрение делового общения и т. д. Панорамного же охвата проблемы, представления о ней во всей ее многоаспектности явно недостает, хотя такие попытки и предпринимались (А. И. Волкова, 2007; В. Н. Куницына с соавторами, 2001). В данной книге мной предпринята очередная попытка. При этом сразу хочу оговориться, что охватить всю имеющуюся литературу по общению практически невозможно, настолько велико ее количество. Да и объем книги ограничен. Поэтому в ней я старался не только обобщить имеющуюся литературу, но и наметить «точки роста», т. е. наиболее полно обозначить те вопросы, которые входят в проблему общения и многие из которых требуют еще дальнейшего тщательного изучения.

Однако, несмотря на такое ограничение, в книге речь идет не только о процессе общения, но и о его результатах, которые выражаются в установлении взаимопонимания и определенных межличностных отношений. Ведь в процессе общения люди не только обмениваются информацией, но и регулируют свои взаимоотношения, которые являются продуктом общения. С другой стороны, протекание процесса общения в значительной степени зависит от имеющихся межличностных отношений между участниками общения. Так что на практике процесс общения и межличностные отношения неразрывно связаны друг с другом.

При написании книги я старался отразить не только теоретические, но и практические аспекты различных видов общения. В связи с этим во многих разделах книги даются практические рекомендации по поводу того, как нужно общаться в той или иной ситуации.

Книга состоит из трех разделов. В первом разделе («Психология общения») рассмотрены общетеоретические вопросы проблемы общения; во втором («Межличностные отношения и взаимопонимание») речь идет об отношениях между людьми, а третий раздел («Практические аспекты общения») посвящен аспектам общения в различных жизненных ситуациях (при публичном выступлении, в процессе деловых отношений в организациях, в процессе учебы, в медицинской практике, в семье).

В книге приведен обширный список литературы по различным аспектам проблемы общения. В приложении читатель найдет ряд методик для изучения различных аспектов общения.

ВВЕДЕНИЕ

Краткая история изучения психологами проблемы общения

Проблема общения в психологии интенсивно разрабатывалась в 20-30-х гг. XX в. Первые попытки осветить эту проблему среди отечественных ученых предпринял В. М. Бехтерев в связи с разрабатываемой им социальной рефлексологией. Общение, писал он, служит в качестве механизма объединения людей в группы и условия социализации личности. Он отмечал, что чем разнообразнее и богаче общение человека с окружающими его людьми, тем успешнее осуществляется развитие личности. В. М. Бехтерев выделял два специфических вида общения: подражание и внушение. «...Подражание черпает свой главный материал из общения с себе подобными, между которыми благодаря сотрудничеству развивается род взаимной индукции и взаимовнушения» (1921, с. 7). Особенно важную роль в воздействии одного человека на другого в процессе общения В. М. Бехтерев (1898) отводил бессознательному внушению идей, чувствований и ощущений, без опоры на логические формы убеждения и доказательства. Он выделяет условия, при которых такое внушение оказывается эффективным: единство настроения, переживаний людей, однородность собрания, его направленность

на общую цель, наличие единой идеи.

Бехтерев выделяет «непосредственное» и «посредственное» общение. Последнее связано с наличием какого-либо посредника в процессе общения – людей или письма, телеграммы, телефона, осязательных посредников: азбука слепых, прикосновения, поцелуи, ласки, побои, половое общение, температурные и электрические раздражители, обонятельные стимулы и др. В качестве средств общения он выделяет также вещи, памятники истории и пр. Такое расширенное понимание общения и его средств было вызвано тем, что В. М. Бехтерев понимал объединение людей, как связь различных эпох. Так, он писал: «Посредники могут объединять людей, не только находящихся на огромном расстоянии друг от друга, но и живущих в разные эпохи. Папирусы, памятники древности, археологические находки разве не объединяют нас с людьми, жившими в древние века и даже в доисторическое время? Точно так же памятники искусства... могут быть посредниками взаимодействия и общения между людьми, принадлежащими разным народам и разным эпохам» (1921, с. 108).

В. М. Бехтерев указывал, что способы общения членов группы зависят от конкретных характеристик коллектива: его размера, содержания совместной деятельности, ситуации, в которой осуществляется взаимодействие.

В лаборатории В. М. Бехтерева был проведен ряд экспериментов по изучению различных сторон проблемы обще-

ния.

Таким образом, В. М. Бехтерев явился зачинателем разработки проблемы общения в отечественной социальной психологии.

Следует также упомянуть В. Н. Мясищева, который еще в начале XX в. под руководством В. М. Бехтерева и А. Ф. Лазурского участвовал в организации и проведении первых экспериментальных работ по изучению общения в условиях коллективной деятельности. Затем интерес к проблеме общения снизился как у В. Н. Мясищева, так и у других психологов. Новый подъем наметился в 60-х гг. В это время В. Н. Мясищев несколько раз обращался к проблеме общения. Он рассматривал формирование личности и ее отношений под влиянием опыта общения с ближайшим и значимым социальным окружением. В отличие от других авторов, рассматривавших общение лишь как речевую коммуникацию, В. Н. Мясищев рассматривал общение целостно, «как процесс взаимодействия конкретных личностей, определенным образом относящихся друг к другу и воздействующих друг на друга» (А. А. Бодалев, А. Г. Ковалев, 1985, с. 28). В связи с этим он говорил о единстве взаимодействия между людьми и взаимоотношений между ними, обусловленных накапливаемыми в ходе взаимодействия впечатлениями и переживаниями. Эти вопросы и стали главными в рассмотрении В. Н. Мясищевым проблемы общения. Во многих своих работах он описывал особенности отражения других людей, от-

ношения к ним и обращения с ними, раскрывал зависимости, которые существуют между тем, как человек ведет себя по отношению к другим людям, вступая в контакты с ними, и тем, какой опыт общения у него имеется. Большое внимание уделил В. Н. Мясищев процессу общения в психотерапии, в частности при лечении неврозов.

Проблеме общения значительное внимание уделял Б. Г. Ананьев. Он рассматривал общение как специфический вид деятельности и главной его характеристикой считал то, что через него человек строит свои отношения с другими людьми. Он писал, что общение определяет характер социальной детерминации индивидуального развития личности и участвует в формировании всей психической организации человека. При этом он указывал на то, что общение как деятельность общественного индивида не всегда принимается во внимание. Б. Г. Ананьев одним из первых указал на многоуровневую, иерархическую и многомерную организацию общения как явления, настаивая на выделении в общении макро-, мезо- и микроуровней. Это общество, в котором общающиеся люди живут; различные типы коллективов, членами которых они выступают; то ближайшее окружение, с которым чаще всего вступают в контакт.

Особо следует отметить направление, которое сформулировал Б. Г. Ананьев в проблеме общения: познание участниками общения друг друга. Это направление было разработано А. А. Бодалевым (1988) и его учениками, как и другие во-

просы проблемы общения (А. А. Бодалев, 1979, 1983, 1994, 1996).

Б. Г. Ананьев рассматривает с количественной и качественной стороны вопрос об оптимуме общения, необходимого для нормального развития человека как личности, а также последствия дефицита в общении для этого развития. Нельзя обойти молчанием и работу Б. Г. Ананьева о педагогической оценке как одного из коммуникативных способов воздействия на учащихся.

В 1967 г. в своей книге «Социальная психология как наука» Б. Д. Парыгин выделил проблему общения в качестве предмета изучения социальной психологии. С этого времени и по сей день общение становится предметом интенсивного научного изучения.

РАЗДЕЛ I

Психология общения

Эффективность взаимодействия людей зависит от *коммуникативной компетентности* (компетентности в общении), т. е. умения устанавливать и поддерживать необходимые контакты с людьми. Коммуникативная компетентность включает систему знаний и умений (техник), обеспечивающих успешное протекание коммуникативных процессов у человека в различных ситуациях общения. Кроме того, эффективность общения зависит и от того, что А. А. Бодалев (1996) называет «коммуникативным ядром личности», под которым он понимает все, что относится к личности человека и как-то влияет на его общение с людьми, включая черты характера, эмоциональные особенности, перцептивные способности (познание объекта общения), т. е. то, что называют коммуникативными способностями (качествами). На эти качества обращают внимание в своих работах В. Н. Куницына (1991), Е. А. Лещинская (1992) и другие авторы. Вот обо всех этих составляющих эффективного (или неэффективного) общения и пойдет речь в первом разделе.

ГЛАВА 1

Характеристика общения

1.1. Понятие «общение»

Как пишет А. И. Волкова (2007), в психологии отсутствует общепринятое определение общения. Как правило, дается описательное определение, указывающее на основные функции или стороны общения. В качестве примера она приводит следующее безымянное определение: «Общение – это „сложный и многогранный процесс, который может выступать в одно и то же время и как процесс взаимодействия индивидов, и как информационный процесс, и как отношение людей друг к другу, и как процесс взаимовлияния друг на друга, и как процесс сопереживания и взаимного понимания друг друга“» (с. 50-51).

Общение как коммуникация. В англоязычной культуре слова «общение» нет, есть только слово «коммуникация». Поэтому в зарубежных публикациях речь идет только о коммуникативных процессах, и для наших читателей неизбежно возникает синонимичность понятий «коммуникация» и «общение». В нашем же языке эти понятия могут иметь различный смысл. Как отмечает В. И. Фефелова (2007), в слове «общение» заложен более личностный, духовный кон-

такт партнеров, а «коммуникация» предполагает более деловую, рациональную смысловую направленность взаимодействия субъектов. Автор полагает, что общение – «это то, что в нашем восприятии непосредственно связано с культурой и духовностью, с произведениями русских классиков (А. С. Пушкина, Л. Н. Толстого, Ф. М. Достоевского и др.), с неформальными отношениями людей» (с. 34).

Конечно, духовность может присутствовать в процессе общения. Ну а если ее нет? Следует ли из этого, что тогда нет и общения и процесс взаимодействия людей превращается в коммуникацию?

Я полагаю, что соотношение между этими понятиями другое, а именно – отношение общего (коммуникация) и частного (общение). Не все виды коммуникации являются общением, но любое общение является частным видом коммуникации. Общение – это частный вид коммуникации, специфичный для высокоразвитых живых существ, в том числе – для человека. *Под коммуникацией понимается связь, взаимодействие двух систем, в ходе которого от одной системы к другой передается сигнал, несущий информацию.* Коммуникация присуща и техническим системам, и взаимодействию человека с машиной, и взаимодействию людей. Последний вид и относится к общению. При взаимодействии людей коммуникация получает новое качественное содержание.

Общение как деятельность. Б. Ф. Ломов (1984) пи-

шет: «Широкое распространение получила трактовка общения как деятельности. Оно рассматривается как один из „видов деятельности“, как „деятельность общения“, „коммуникативная деятельность“ и т. п. Впрочем, иногда его определяют не как деятельность, а как „условие деятельности“ или как ее „сторону“. В этой связи на процессы общения пытаются распространить теоретические схемы, сформировавшиеся при изучении предметно-практической деятельности либо некоторых других ее форм» (с. 245). Хотя Б. Ф. Ломов не указывает автора этой точки зрения, однако очевидно, что речь идет о взглядах А. А. Леонтьева (1974, 1979), который считал, что общение – это *особый вид деятельности* и выступает как компонент, составная часть (и одновременно условие) другой, некоммуникативной деятельности. В то же время он оговаривал, что это не означает, что общение выступает как самостоятельная деятельность. А. В. Мудрик (1974) тоже писал, что с точки зрения педагогики понимание общения как особого вида деятельности весьма целесообразно. Эта точка зрения разделяется некоторыми психологами и в настоящее время. Например, В. М. Целуйко (2007) определяет общение как *форму деятельности*, которая осуществляется между людьми как равными партнерами и приводит к установлению психического контакта.

Против понимания общения как деятельности выступили ряд авторов. Л. М. Архангельский (1974), В. Г. Афанасьев (1976) и Д. И. Дубровский (1983), в принципе не возражая

против деятельностного подхода в анализе общения, в то же время возражали против понимания общения как вида деятельности, отмечая, что оно есть лишь неперенный атрибут любой человеческой деятельности. Решительно выступала против понимания общения как деятельности Л. П. Буева (1978). Она трактовала общение как принципиально иное явление, чем деятельность.

Б. Ф. Ломов тоже не согласен с таким пониманием общения и пишет по этому поводу: «Однако возникает вопрос: правомерно ли рассматривать общение лишь как частный случай деятельности, „растворять“ его в деятельности... Конечно, общение является активным процессом, и если понимать деятельность как активность вообще, то можно (и нужно) отнести общение к категории деятельности. Однако сложившиеся концепции деятельности охватывают лишь одну сторону социального бытия человека, а именно отношения „субъект – объект“. Такой подход, конечно, правомерен и продуктивен. Однако он раскрывает лишь одну (безусловно весьма существенную, но все же одну) сторону человеческого бытия. Поэтому вряд ли правильно в его исследовании ограничиваться только этой стороной и рассматривать человеческую жизнь как „поток сменяющихся друг друга деятельностей“, понимаемых только в плане „субъект-объектных“ отношений. Возникает необходимость усилить разработку также категории общения, раскрывающей другую и не менее существенную сторону человеческого бытия: **отно-**

шение «субъект – субъект(ы)»» (с. 245-246).

Как уже говорилось, общение часто отождествляется с деятельностью либо понимается как ее специфический вид. Если принять такой подход к трактовке общения, то следует рассмотреть процесс общения с тех позиций, которые разработаны в психологии для анализа деятельности. Но как раз здесь-то мы сталкиваемся с трудностями. Прежде всего возникает вопрос о том, какое место занимает общение в психологической классификации деятельностей. Исследуя деятельность и ее развитие, обычно указывают игру, учение и труд. Вместе с тем, исследуя и игру, и учение, и труд, мы всюду обнаруживаем общение. Столь же трудно определить местоположение общения и в той классификации, которая разделяет виды деятельности на предметно-практическую и умственную, или на продуктивную и репродуктивную, или на практическую и теоретическую и т. д. Можно разделить виды деятельности по их объекту, тогда общение может рассматриваться как деятельность, объектом которой является человек. Но этот объект столь специфичен, что поставить деятельность по отношению к нему в один ряд с деятельностями по отношению к другим, «бездушным», объектам (вещам) также представляется затруднительным. Можно в качестве критерия разделения видов человеческой деятельности взять, как это делают некоторые психологи и философы, различные виды «субъектно-объектных отношений». Пользуясь этим

критерием, выделяют преобразующую, познавательную и ценностно-ориентировочную деятельности. Когда же речь заходит о коммуникативной деятельности, авторам приходится отказаться от принятого критерия и перейти к рассмотрению отношения «субъект – субъект», т. е. обратиться к другому критерию. Короче говоря, при современном состоянии исследований пока очень трудно найти местоположение общения, рассматриваемого как деятельность, в системе других видов человеческой деятельности. Но это, конечно, не самый главный вопрос. Попробуем рассмотреть общение с позиции той схемы, которая описывает деятельность. Как уже отмечалось, важнейшим понятием, используемым при описании индивидуальной деятельности, является мотив (или вектор «мотив – цель»). Когда мы рассматриваем даже самый простейший, но конкретный, реальный вариант общения, например между двумя индивидами, неизбежно обнаруживается, что каждый из них, вступая в общение, имеет свой мотив. Как правило, мотивы общающихся людей не совпадают, точно так же могут не совпадать и их цели. Чей же мотив следует принимать в качестве мотива общения? При этом надо иметь в виду, что в процессе общения мотивы и цели его участников могут как сблизиться, так и стать менее похожими. Мотивационная сфера общения вряд ли может быть понята без исследования взаимного влияния участников общения друг на друга. По-видимому, в анализе мотивации общения нужен

несколько иной подход, чем тот, который принят в изучении индивидуальной деятельности. Здесь должен быть учтен некоторый дополнительный (по сравнению с анализом индивидуальной деятельности) момент – взаимоотношения мотивов общающихся индивидов. Не меньшие трудности возникают также при определении субъекта и объекта коммуникативной деятельности. Можно, конечно, сказать, что в простейшем варианте объектом деятельности одного из участников общения является другой человек. Однако если иметь в виду конкретно-психологическое исследование, нужно определить, кто именно рассматривается как субъект общения, а кто – как объект, и на основании каких критериев производится такое разделение. Эти вопросы часто оказываются неразрешимыми... Общение выступает не как система перемежающихся действий каждого из его участников, а как их взаимодействие. «Разрезать» его, отделив деятельность одного участника от деятельности другого, – значит отойти от анализа взаимного общения. Общение – это не сложение, не наложение одной на другую параллельно развивающихся («симметричных») деятельностей, а именно взаимодействие субъектов, вступающих в него как партнеры... Таким образом, даже самый приблизительный психологический анализ процесса общения в соответствии со схемой, разработанной для изучения деятельности, показывает ее ограниченность. Общение не укладывается в эту схему.

Чтобы преодолеть отмеченные выше трудности, нужно либо пересмотреть схему деятельности, либо разработать иной подход к анализу общения... В какой-то мере при помощи существующих схем деятельности можно описать процесс формирования сообщения (например, речевого высказывания), но не его передачи. Однако речевое высказывание не имеет никакого смысла, если оно не предполагает адресата. Подчеркивая качественные различия между общением и деятельностью, нужно вместе с тем отметить, что эти категории неразрывно связаны.

Ломов Б. Ф., 1984, с. 250-252, 254.

Как отмечает Б. Ф. Ломов (1984), «общение выступает как самостоятельная и специфическая форма активности субъекта. Ее результат – это не преобразованный предмет (материальный или идеальный), а отношения с другим человеком, с другими людьми» (с. 248). «И хотя несомненно, что деятельность и общение, определенным образом связанные через субъекта, имеют многие общие черты, этого еще недостаточно для их отождествления (либо представления одного как разновидности другой). При рассмотрении отношения „субъект – субъект(ы)“ только как сопутствующего отношению „субъект – предмет“ (или „субъект – объект“) многие существенные характеристики общения затушевываются. А вместе с тем обедняется анализ и самой деятельности» (с. 250). Поэтому общение, пишет Б. Ф. Ломов, принадлежит к базовым категориям психологической науки и не уступает

таким категориям, как сознание, личность, деятельность. В процессе межличностного общения формируются человеческие отношения, которые создают основу и условия взаимодействия людей в игре, учебе и труде. Общение, пишет Б. Ф. Ломов, это одна из сторон образа жизни человека, не менее существенная, чем деятельность.

Конечно, неверно было бы представлять общение и деятельность как некоторые независимые и параллельно развивающиеся стороны процесса жизни. Напротив, эти две стороны неразрывно связаны в этом процессе... Более того, между этими сторонами существует масса переходов и превращений одной в другую. В некоторых видах деятельности в качестве ее средств и способов используются средства и способы, характерные для общения, а сама деятельность строится по законам общения (например, деятельность педагога, лектора). В других случаях те или иные действия (в том числе и предметно-практические) используются в качестве средств и способов общения, и здесь общение строится по законам деятельности (например, демонстрационное поведение, театральное представление). В самой деятельности (профессиональной, любительской и др.) огромный «слой» времени, затрачиваемый на ее психологическую подготовку, составляет общение, которое не есть деятельность в строгом смысле слова, а именно общение, так или иначе связанное с производственными (и иными) отношениями, по

поводу них, в связи с ними... Общение может выступить в роли предпосылки, условия, внешнего или внутреннего фактора деятельности, и наоборот.

Ломов Б. Ф., 1984, с. 257.

Попытку объединить противоположные точки зрения на общение предприняла Г. М. Андреева (1990). Она предложила рассматривать общение и как сторону *совместной деятельности* (поскольку сама деятельность не только труд, но и общение в процессе труда), и как ее своеобразный дериват (производное). М. И. Лисина (1986) высказывает по существу ту же позицию, назвав одну из глав своей книги «Общение и деятельность. Общение как деятельность».

Очевидно, разрешение этого спора невозможно без точного понимания понятия «деятельность», которое, к сожалению, отсутствует. Если под деятельностью понимать любую активность человека, любое проявление его энергии, то общение можно трактовать как деятельность (именно такой подход предлагает М. С. Каган, 1988). Если же под деятельностью понимать только предметную деятельность, то правы те, кто не считает общение деятельностью.

Общение как специфическая форма взаимодействия субъектов. Часто общение понимается как взаимодействие субъектов. Взаимодействие в словаре С. И. Ожегова определяется как взаимная связь двух явлений; как взаимная поддержка (например, пехоты и артиллерии). Из этого определения вовсе не следует, что взаимодействие обяза-

тельно происходит при наличии непосредственного психического контакта между людьми. В бою пехоту поддерживает авиация, но это не значит, что пехотинец и летчик общаются друг с другом. Возникает вопрос: действительно ли взаимодействие является частью общения или же общение является частью взаимодействия, осуществляется в процессе взаимодействия? Представим себе, что двум находящимся в разных городах агентам начальник дает задание встретиться в городе N. Оба едут в этот город, не зная друг друга и не созваниваясь друг с другом. Очевидно, что они хотя и не прямо, но взаимодействуют (так как имеется связь двух явлений – поездки на поезде или машине того и другого для достижения общей цели). Но где здесь процесс общения?

Поэтому Б. Ф. Ломов более точен, когда рассматривает общение как *специфическую форму взаимодействия* человека с другими людьми (т. е. не любое взаимодействие!). «Непосредственное живое общение предполагает, пользуясь словами К. С. Станиславского, „встречный ток“. В каждом его акте действия общающихся людей объединены в нечто целое, обладающее новыми (по сравнению с действиями каждого отдельного участника) качествами. „Единицами“ общения являются своего рода циклы, в которых выражаются взаимоотношения позиций, установок, точек зрения каждого из партнеров, весьма своеобразно переплетаются прямые и обратные связи в потоке циркулирующей информации. Таким образом, категория общения охватывает осо-

бый класс отношений, а именно отношения „субъект – субъект(ы)“. В анализе этих отношений раскрываются не просто действия того или иного субъекта или воздействия одного субъекта на другого, но процесс их взаимодействия, в котором обнаруживаются содействие (или противодействие), согласие (или противоречие), сопереживание и т. п.» (с. 249).

Однако другие психологи по-своему подходят к соотношению между общением и взаимодействием, рассматривая последнее лишь как одну из сторон общения.

Так, Г. М. Андреева (1990) выделяет в общении три взаимосвязанные стороны: коммуникативную, перцептивную и интерактивную. *Коммуникативная сторона* общения (коммуникация) состоит в обмене информацией между общающимися. *Перцептивная сторона* общения заключается в восприятии друг друга партнерами по общению и установлении на этой основе взаимопонимания. *Интерактивная сторона* – это организация взаимодействия между общающимися, т. е. обмен действиями. Каждая из этих сторон в реальном общении существует не изолировано от других, а проявляется совместно с ними в большей или меньшей степени выраженности.

Взяв за основу идею соответствия реакций друг другу, Джоунс и Джерард (*Jones, Gerard, 1967*) выделяют четыре типа взаимодействия: псевдо-соответственный, асимметрично-соответственный, реактивно-соответственный и взаимно-

соответственный. Псевдо-соответственным называется такое взаимодействие, когда ни один из партнеров не реагирует на другого, исключая вопрос о времени говорения. Каждый участник имеет свое видение ситуации, свой внутренний план, которому и следует. Такое взаимодействие целиком и полностью определяется правилами, которые не допускают изменений по существу, однако возможны разные стили их исполнения. Примером таких взаимодействий является взаимодействие в играх, в исполнении обыденных ритуалов, таких как приветствие, встреча, прощание, взаимодействие на официальных церемониях. Асимметрично-соответственное – это такое взаимодействие, когда только один из участников имеет план действий, в то время как второй может лишь реагировать на действия первого, имея очень ограниченные возможности для проявления собственной инициативы. Данное общение целиком определяется «активным» партнером. Примером такого взаимодействия может служить преподавание, интервьюирование. Реактивно-соответственное взаимодействие предполагает, что каждый из его участников реагирует только на последнее движение другого, не имея собственного плана взаимодействия, как это бывает в беседах бессвязных, беспорядочных, когда партнеры постоянно перескакивают с одной темы на другую. Такое взаимодействие ограничено общими правилами взаимодействия, принятыми в обществе, и частными

правилами, диктуемыми данной ситуацией. Так, «реактивный» разговор в пивной будет отличаться от «реактивного» разговора в политическом клубе. И наконец, взаимно-соответственное взаимодействие подразумевает наличие цели и плана у каждого из партнеров и при этом реакции на действия друг друга. Примером такого взаимодействия могут быть переговоры или научные дискуссии. Американские психологи Стейнберг и Миллер анализируют взаимодействие с похожих позиций, предварительно выделяя две основные, с их точки зрения, ориентации, возможные для участников взаимодействия. Это – ориентация на контроль и ориентация на понимание. Первая предполагает стремление контролировать, управлять ситуацией и поведением других, которое обычно сочетается с желанием доминировать во взаимодействии с преследованием своих, не связанных прямо с взаимодействием целей. Ориентация на понимание включает в себя стремление понять ситуацию и поведение других, которое обычно связано с желанием лучше взаимодействовать и избегать конфликтов, с представлениями о равенстве партнеров в общении и необходимости достижения взаимной удовлетворенности, а не односторонней. Авторы указывают, что выделенные ориентации нельзя считать целиком и полностью отграниченными друг от друга, взаимоисключающими. Наоборот, они довольно часто могут сосуществовать, пересекаться, границы между ними стерты. Однако анализ взаимодействия

при выделении этих двух ориентаций позволяет нащупать некоторые интересные закономерности общения. Так, «контролеры» и «пониматели» придерживаются совершенно различных стратегий в разговоре относительно говорения и молчания: «контролеры» часто говорят значительно больше, чем другие партнеры, они как бы пытаются монополизировать взаимодействие, полностью связать его своими целями и своими темами. Довольно часто они действительно достигают контроля над взаимодействием, ориентируя его в сторону своих нужд. «Пониматели» обычно больше молчат – слушают, наблюдают, пытаются понять. Они активно вовлечены во взаимодействие, однако внешне более пассивны, так как заняты внутренней работой по пониманию взаимодействия. Частью стратегии «контролера» является стремление заставить партнера принять свой план взаимодействия, навязать свое понимание ситуации, в то время как «пониматели» в основном демонстрируют стремление адаптироваться к партнеру, и поэтому, если вернуться к схеме Джоунса и Джерарда, разговор двух «контролеров» часто будет напоминать псевдосоответственное общение, когда каждый партнер пытается навязать другому свой план и не реагировать на план другого. Взаимодействия же «контролера» и «понимателя» будет скорее реактивным.

Крижанская Ю. С., Третьяков В. П., 1990, с. 157-159.

Мне представляется, что следует добавить еще одну сто-

рону общения – *эмоциональную*. Общение – это и заражение эмоцией от партнера по общению, и вызов какой-либо эмоции у партнера (подробно об этих эмоциях речь пойдет в главе 8). Этой стороне общения уделяется незаслуженно мало внимания. Так, в учебном пособии А. И. Волковой (2007) «Психология общения» говорится только о настроении, причем без всякой связи с процессом общения.

...Разделение трех сторон общения – перцептивной, коммуникативной и интерактивной – возможно только как прием анализа, нельзя, как ни старайся, выделить «чистую» коммуникацию, без восприятия и взаимодействия, или «чистое» восприятие. Как познание другого в общении, так и воздействие – всегда действие, причем одно без другого не может существовать. Но если восприятие и коммуникация в общении все-таки в какой-то мере, с большими оговорками, но поддаются отделению от «целого», то вычленение «отдельного» взаимодействия практически невозможно. Действие – главное содержание общения. Описывая его, мы чаще всего используем термины действий. Например, «он на меня *давил*, но я не *поддался*»; «он *подстроился* под меня»; «*борьба* между нами привела к поражению такого-то»; «он *нанес* мне *удар*»; «мы *топтались* на одном месте» и т. д. и т. п. Между тем речь идет об общении, а не о чем-либо другом; и то, что оно передается такими фразами, – обычно не приукрашивание, а главный смысл, который

увидели партнеры в общении.

Крижанская Ю. С., Третьяков В. П., 1990, с. 131.

В. Н. Куницына отмечает, что общение является потребностью и условием жизни человека, как взаимодействие и взаимовлияние, как своеобразный обмен отношениями и сопереживание друг другу, как взаимное познание и деятельность.

1.2. С кем мы общаемся, или В каком случае следует говорить об общении?

При рассмотрении сущности общения наблюдаются две ошибочные, на мой взгляд, позиции: в одних случаях не причисляют к категории общения одни акты взаимодействия людей, а в других случаях считают общением такие ситуации, когда истинного взаимодействия и общения нет и быть не может.

Например, М. С. Каган понимает общение как субъектно-субъектное взаимодействие, поэтому взаимодействие, состоящее в управлении одним человеком другими, он не считает общением, так как здесь имеют место, как он полагает, отношения между субъектом и объектом. Если исходить из этих представлений М. С. Кагана, нельзя говорить об общении начальника с подчиненными, когда он отдает им распоряжения, об общении педагога с учащимися и т. д. Зачем же тогда автор рассматривает такую ситуацию общения, когда

партнеру передается свой опыт? Ведь это тоже вид управления. И разве воспитание – не управление?

Б. Ф. Ломов, а вслед за ним и В. М. Целуйко общение рассматривают только между равноправными (равными) партнерами. Это тем более странно, что такое понимание общения дается В. М. Целуйко в книге, название которой «Психологические основы педагогического общения». Неужели учитель и ученик, общаясь друг с другом, осознают себя равными по социальному статусу? Или педагогическое общение не является общением?

Понимание общения как наличия психологического контакта только между людьми тоже значительно суживает рамки реального общения. Почему общение относится только к людям? Разве не может быть общения человека с животным? Или общения между животными? (См. С. Л. Новоселова, 1996.)

Расширительное толкование общения тоже не редкость. Например, М. С. Каган (1988) выделяет четыре формы общения:

1) общение с реальным партнером (подлинным субъектом) – межличностное общение, представительское общение, групповое общение и общение культур;

2) общение с иллюзорным партнером – общение с животными, общение с вещью;

3) общение с воображаемым партнером (с квазипartnerом) – общение со своим вторым Я (самообщение, общение

с образом отсутствующего реального человека; общение с мифологическим и художественным образом);

4) общение воображаемых партнеров (художественных персонажей – квазисубъектов).

Такое понимание общения вызывает ряд вопросов. Удивляет, например, утверждение, что общение человека с животными (собаками, кошками, лошадьми и т. д.) – это общение с иллюзорным партнером. Иллюзия – это образ того, чего на самом деле нет. И уж совсем лишним в этой классификации является общение воображаемых героев. Одно дело описывать это общение в литературном произведении, а другое дело – считать его разновидностью (еще одной формой) реального общения.

Вторит М. С. Кагану и А. А. Бодалев (1996): «...Феномен общения более многолик и сложен, чем его представляет в своих руководствах официальная психология. И его нельзя свести только к речевому взаимодействию двух или многих людей (устному или письменному). И рассмотрение его будет неполным, даже если мы будем учитывать социально-перцептивный, эмоционально-отношенческий и обращенческий компоненты этого взаимодействия и принимать во внимание его характер – монологический, диалогический или полилогический. Чтобы получить более исчерпывающее представление об общении, даже имея в виду только человека, проявляющего себя в роли активного субъекта общения, мы обязаны глубоко и всесторонне изучить все [его] ипоста-

си».

Далее А. А. Бодалев раскрывает, какие ипостаси он имеет в виду: «Если общение понимать не только как непосредственное взаимодействие двух людей, осуществляемое с помощью существующих для этого средств, а более широко как общение человека с другими людьми через средства массовой информации, книги, кино, театр, музыку, общение его с самим собой, с силами природы, с Богом, с техникой, которую он очеловечивает, с животными, то тогда мы вправе ввести понятие *пространства общения*.» (с. 9).

Рассмотрим эти ипостаси.

Виртуальное (воображаемое) общение. «Как мы знаем, – пишет А. А. Бодалев, – человек может мысленно полемизировать со своим оппонентом, когда основной спор уже состоялся и оппонент отсутствует. Он также может „проигрывать“ в своем уме различные варианты разговора, который ему еще предстоит с кем-то провести, чью реакцию на будущую тему разговора он прогнозирует исходя из впечатлений, которые у него накопились о будущем собеседнике во время прошлых встреч с ним.

Человек может «разговаривать» со значимыми для него людьми, которые уже ушли из жизни, «вести диалог» с героями произведений всех видов искусства, которые когда-то произвели на него сильное впечатление и стали для него своеобразными эталонами поведения. Верующие люди, как известно, общаются с Богом. Наконец, человек может об-

щаться и с самим собой» (с. 6).

Общение, при котором его объект является представляемым, воображаемым, следует называть *виртуальным*. Но тогда нужно говорить о *реальном* и *виртуальном* общении (а по сути – о псевдообщении).

Мне трудно судить, почему А. А. Бодалев отказался от ясного и четкого первоначального понимания общения как взаимодействия при наличии *прямого непосредственного контакта* двух или большего числа людей, которое осуществляется речевыми и неречевыми средствами, исходя из тех или иных мотивов, направленных на достижение какой-то цели (с. 5). Возможно, сказался эффект иррадиации, часто наблюдаемый в науке, когда в первоначально выделенный феномен со временем начинают включать все больше и больше внешне сходных феноменов исходя из какого-то одного совпадающего признака (что произошло с понятием «стресс», исходя из этимологии этого слова на английском языке – «напряжение»). А возможно, могли повлиять взгляды некоторых философов.

Псевдообщение. В любом коммуникационном процессе имеются три компонента:

- коммуникатор, т. е. тот, кто говорит и сообщает информацию (субъект сообщения);
- реципиент или аудитория, т. е. те, кому говорят и сообщают информацию (объект сообщения) и которые *ее воспринимают*;

- сообщение, т. е. что именно говорят, т. е. сама информация.

В соответствии с этой триадой коммуникацией будет считаться и тот случай, когда информация передается только в одном направлении. Но и в этом случае важно не то, что информация направлена на объект, а то, что объект воспринимает эту информацию, как-то реагирует на нее. С этой точки зрения слушание радио, просмотр кинофильма или телевизионной передачи – это все процесс односторонней коммуникации, а не процесс общения, как полагают А. А. Бодалев (1996), В. Н. Куницына с соавторами (2001). С одной стороны, А. А. Бодалев вроде бы принимает позицию Б. Ф. Ломова, считающего, что для общения необходима двусторонняя коммуникация: «Б. Ф. Ломов, стремясь развести категории деятельности и общения, подчеркивал, что общение – это субъект-субъектное взаимодействие, что в нем обязательно налицо сообщение информации одним субъектом другому субъекту, эмоциональное реагирование на нее и непременно тот или иной поведенческий отклик» (с. 5). А с другой стороны, он тут же делает заключение, не соответствующее позиции Б. Ф. Ломова: «С этой точки зрения, кино, театр, музыка, живопись, скульптура, художественная литература, вообще искусство – общение...» (с. 5, выделено мной. – Е. И.).

В. Н. Куницына с соавторами (2001) в своей книге одну из глав назвали «Общение в сфере средств массовой комму-

никации», а первый параграф в ней – «Массовая коммуникация как вид межличностного общения».

Если в отношении театра и концертного исполнения музыки еще можно говорить о влиянии артистов и музыкантов на зрителей и слушателей, а зрителей и слушателей на артистов и музыкантов, то разве кино, живопись, скульптура, литература, радио, телевидение имеют отношение к обоюдосторонней коммуникации? Как ни странно, названные выше авторы полагают, что имеют. А. А. Бодалев пишет по этому поводу: «Например, писатель создает книгу, вкладывая в нее и выражая в образной форме какие-то идеи. Читатель воспринимает их, дает на них эмоциональный отклик и формирует в себе определенное отношение и к прочитанному произведению, и к его автору.» (с. 5).

Проанализируем выделенное мной утверждение А. А. Бодалева.

Первое: Б. Ф. Ломов говорит о субъект-субъектном взаимодействии. Это значит, что информация идет не в одном направлении (от писателя – к читателю), а в обоих – от субъекта А к субъекту Б и от субъекта Б к субъекту А. Но разве, когда я читаю книги современных писателей, не говоря уже о книгах тех, кто отошел в мир иной, они каким-то способом реагируют на мои эмоции? А если читателей их книг сотни тысяч, то разве ныне здравствующий писатель реагирует на каждого из них? И если это каким-то фантастическим способом могло бы происходить, то зачем тогда писателю нуж-

ны были бы встречи с читателями? Он и так бы знал, что они думают о нем и о его книге.

Второе: каким способом я должен с творцом книги или произведения искусства взаимодействовать, т. е. осуществлять взаимную поддержку, если я контактирую напрямую не с ним, а с результатом его труда? Или я должен взаимодействовать с рукописью или книгой? А как я должен взаимодействовать в музее со скульптурой – взять ее в руки? И как она может воспринять мое сообщение (речевое, эмоциональное) о том, что она мне понравилась? Здесь не то что об общении не может идти речь, но и вообще о коммуникации. Сколько бы я ни произносил с досады какие-то слова в связи с тем, что ударился обо что-то, это не является актом коммуникации, так как они ни к кому не обращены, а являются лишь средством разрядки возникшего у меня напряжения. Как видим, рамки общения бесконечно расширяются на том основании, что человек *к кому-то реально или мысленно обращается*. Однако представим себе следующую часто встречающуюся ситуацию. Я в незнакомом городе спрашиваю у прохожего, где находится гостиница. Тот либо не услышал мои слова, либо ему было некогда, но он никак не отреагировал на мое обращение и прошел мимо. Состоялся ли акт общения? Думаю, что нет. Это тот случай, когда говорят «как об стенку горох».

А теперь поставим на место этого человека березу, картину и другие неодушевленные объекты. Сколько бы я ни ани-

мировал их в своем воображении, превращая их таким путем, как полагает А. А. Бодалев, в субъект общения, и сколько бы я к ним ни обращался, ни восприятия ими моего обращения, ни обратной связи (отклика, установления психического контакта) я не дождусь. При чем же здесь общение?

Другое дело, что этот контакт может возникать между слушателями и исполнителями на концертах (исполнение музыкантом музыкального произведения изменяет эмоциональное состояние слушателей, а их реакция (аплодисменты) изменяет эмоциональное состояние исполнителя), и в этом случае музыка является невербальным средством общения (Л. А. Джалагония, 1996), но как можно назвать общением слушание музыки по радио или рассматривание картины в музее?

В. Н. Куницына с соавторами пишут, что «массовая коммуникация – опосредованное общение, т. е. такая форма общения, при которой почти отсутствует личный контакт, непосредственное взаимодействие людей, постоянная и активная обратная связь, но сохраняются такие элементы личного общения, как сопереживание, соучастие и некоторые другие» (с. 451).

Мне представляется, что описание в этом отрывке массовой коммуникации как опосредованного общения доказывает только одно – что она не является видом общения. Здесь нет обязательных для процесса общения элементов (личного контакта, непосредственного взаимодействия людей, по-

стоянной и активной обратной связи), а присутствует, по мнению авторов, то, относительно чего трудно себе представить, чтобы оно действительно было: сопереживание, соучастие. Как я могу сопереживать и соучаствовать с газетой, мне совершенно непонятно. Да и следующее заявление авторов: «Чем больше современный человек вовлекается в сферу действия средств массовой коммуникации (СМК), т. е. выступает как потребитель информации и относительно пассивный участник „беседы“ с диктором, писателем, журналистом, тем сильнее он испытывает своеобразный „голод“ в человеческих контактах» (с. 451-452) убедительно свидетельствует о том, что массовая коммуникация не заменяет человеческого общения, человеческих контактов, иначе отчего бы тогда возникал «голод» в человеческих контактах (общении)?

Неадекватное понимание общения как любого коммуникационного процесса приводит к тому, что в книгах об общении появляются статьи следующего содержания: «Память на новости, сообщаемые по радио...» (С. Ф. Ларсен, 1985).

Б. Ф. Ломов (1984) в связи с этим справедливо отмечал, что «разговор об общении с „неодушевленными“ предметами имеет только метафорический смысл. Когда речь идет об общении, например, с ЭВМ, то в лучшем случае ее можно рассматривать как техническое средство общения оператора с теми, кто создал и запрограммировал работу ЭВМ» (с. 249).

Слишком широкий подход к пониманию общения приводит к следующим утверждениям: «Невозможно представить ситуацию в жизни человека, когда бы он не общался. Человек всегда дан в контексте с другим – партнером реальным, воображаемым, выбранным, навязанным и так далее» (Л. А. Петровская, 1996, с. 31). А мне трудно представить, чтобы человек каждое мгновение своей жизни с кем-то общался, даже с воображаемым партнером. Когда человек пилит или рубит дрова, напевая песню, он тоже с кем-то общается? Или когда я думаю, какая будет завтра погода, с кем я общаюсь? Так можно любое действие и мысль превратить в общение, и жизнь человека представлять только как процесс общения.

Реальное общение. Итак, ни виртуальное общение, ни псевдообщение не соответствуют критериям, выделенным для общения между реальными людьми, а именно: обмен информацией, обмен эмоциями и взаимодействие.

Общение людей – это специфический вид коммуникации, связанный с психическим контактом между реальными субъектами и приводящий к их взаимовлиянию, взаимопереживаниям и взаимопониманию. Психический контакт, возникающий при общении, характеризует взаимодействие между конкретными людьми, существующими в одно и то же время. Психический контакт предполагает обмен информацией, эмоциями и т. п. между общающимися. Исходя из этого современный человек не может реально общаться с писателями прошлого и настоящего, читая их произведения,

хотя они и вызывают определенные эмоции, а образы героев в их произведениях воспитывают нравственно: здесь процесс односторонний – от писателя к читателю, а обратный процесс отсутствует. Человек не может реально общаться и с произведением живописи, скульптурой.

1.3. Потребность в общении

Вопрос об истоках общения до сих пор остается дискуссионным. Во-первых, дискутируется вопрос о том, имеется ли потребность в общении (или коммуникативная потребность) как специфическая потребность, отличная от других социальных или духовных потребностей, или же за нее принимают разновидности последних. Во-вторых, если потребность в общении все-таки существует, то каково ее происхождение: является ли она врожденной (базовой) или вторичной, т. е. формируется в онтогенезе в процессе социализации ребенка. Оба этих вопроса явились предметом рассмотрения в монографии М. И. Лисиной (1986). Ниже я даю краткое изложение вопроса о потребности в общении по этой книге.

Что касается первого вопроса, то большинство авторов (Н. Ф. Добрынин, 1969; А. Г. Ковалев, 1963; А. В. Петровский, 1970; Б. Ф. Парыгин, 1971; М. Айнсворт [*M. Ainsworth*, 1964]; К. Обуховский, 1972) склонны считать, что потребность в общении является специфической самостоятельной человеческой потребностью, отличной от других потребно-

стей, хотя на практике ее нередко сводят к более частным потребностям: потребности во впечатлениях (М. Ю. Кистяковская, 1970), в безопасности (А. Пейпер, 1962), в комфорте от соприкосновения с мягким теплым телом (Х. Харлоу, М. Харлоу [*H. Harlow, M. Harlow*, 1966]) и др. Поэтому более логичной представляется позиция Л. И. Марисовой (1978), которая говорит о иерархичной структуре коммуникативных потребностей, служащей мотивационно-потребностной основой общения. В связи с этим она выделила девять групп коммуникативных потребностей:

- 1) в другом человеке и взаимоотношениях с ним;
- 2) в принадлежности к социальной общности;
- 3) в сопереживании и сочувствии;
- 4) в заботе, помощи и поддержке со стороны других;
- 5) в оказании помощи, заботы и поддержки другим;
- 6) в установлении деловых связей для осуществления совместной деятельности и сотрудничестве;
- 7) в постоянном обмене опытом, знаниями;
- 8) в оценке со стороны других, в уважении, авторитете;
- 9) в выработке общего с другими людьми понимания и объяснения объективного мира и всего происходящего в нем.

В отношении второго вопроса – о происхождении потребности в общении – имеются две крайние точки зрения. Ряд ученых (А. В. Веденов, 1967; Д. Т. Кемп-белл [*D. Campbell*, 1965]) считают, что у человека имеется врожденная потреб-

ность в самом процессе общения. Б. Ф. Ломов (1984) тоже считает, что потребность в общении относится к числу основных (базовых) потребностей человека и что она диктует поведение людей с не меньшей властностью, чем витальные потребности.

Однако врожденность потребности в общении признается не всеми учеными (С. Л. Рубинштейн, 1946; Ф. Т. Михайлов, 1976; А. Н. Леонтьев, 1983). М. И. Лисина тоже считает, что эта потребность формируется прижизненно, как результат контакта ребенка со взрослыми.

В доказательство этому приводятся наблюдения, проведенные психологами над младенцами. В первые недели жизни ребенок не отвечает на обращения старших и сам к ним не адресуется (если не считать его плача, адресованного всем и ни к кому конкретно). Но уже в возрасте двух месяцев он способен отличить «добрую» мимику или интонацию взрослого от «злой», причем на первую у него появляется реакция оживления: поворачивает голову из стороны в сторону, открывает и закрывает рот, перебирает ручками и ножками, пытается улыбаться.

Интересный эксперимент проведен О. В. Баженовой: взрослый наклонялся над младенцем со специально отрепетированным «индифферентным» выражением лица. В первый раз экспериментатор, как правило, встречал со стороны младенца обычную реакцию оживления, но намеренно сохранял безучастный вид. Во второй или последующие ра-

зы такой эксперимент вызывал плач – младенец протестовал против «необщения» с ним.

Эти и подобные им исследования привели М. И. Лисину к выделению 4 этапов становления потребности в общении и 4 критериев, по которым можно судить об этой потребности. Первый этап и критерий – внимание и интерес ребенка к взрослому; второй этап и критерий – эмоциональные проявления ребенка в адрес взрослого; третий этап и критерий – инициативные действия ребенка, направленные на привлечение интереса взрослого; четвертый этап и критерий – чувствительность ребенка к отношению и оценке взрослого.

Однако и эти наблюдения не дают окончательного ответа на вопрос о происхождении потребности в общении, так как запаздывание проявления этой потребности у младенцев может быть связано с этапностью «созревания» мозговых структур и психики. По этому поводу М. И. Лисина ставит закономерный вопрос: не означают ли все указанные ранее этапы становления потребности в общении, что она унаследована (точнее было бы сказать – врожденна) и лишь «проявляется» после рождения ребенка?

Отвечая на этот вопрос отрицательно, она ссылается на исследование М. Ю. Кистяковской (1970), которая наблюдала, что в условиях госпитализма дети не проявляют к взрослым ни внимания, ни интереса даже по истечении 2-3 лет жизни. Но стоило педагогу наладить взаимодействие с ребенком, как в течение короткого времени удавалось далеко

«продвинуть» его по пути развития, сформировать активное отношение к людям и окружающему миру. Все это можно принять, если рассматривать только потребность детей в общении *со взрослыми* для познания этих взрослых и самих себя через взрослых (что соответствует пониманию потребности в общении М. И. Лисиной). Не ясно, однако, как обстояли у этих детей дела с общением друг с другом (по данным М. И. Лисиной, такая потребность возникает в 2 года), с животными.

М. И. Лисина определяет потребность в общении (коммуникации) как стремление к познанию и оценке других людей, а через них и с их помощью – к самопознанию и самооценке. Она полагает, что потребность в общении строится в онтогенезе на основе других потребностей, которые начинают функционировать ранее. Основой коммуникативной потребности она считает органические жизненные нужды ребенка (в пище, тепле и др.). Жизненная практика помогает ребенку открыть существование взрослого как единого источника поступления к нему всех благ, а интересы эффективного «управления» таким источником создают нужду ребенка в том, чтобы его выделить и исследовать (читай – нужду в общении со взрослым). Второй базовой потребностью, ведущей к возникновению коммуникативной потребности, является, по М. И. Лисиной, потребность в новых впечатлениях (о которой говорят Л. И. Божович (1972), М. Ю. Кистяковская (1970), Д. Берлин [*D. Berlyne*, 1960], Г. Кантор [*G.*

Cantor, 1963]). Однако стремление ребенка к удовлетворению органических потребностей и получению информации – это еще не общение, пишет М. И. Лисина (действительно, как потребность может быть деятельностью?). Лишь когда он захочет познать взрослого и самого себя, когда взрослый проявит внимание к ребенку, определит по отношению к нему свою позицию, тогда можно говорить и о потребности в общении.

Думается, что понимание потребности в общении и ее роли, данное М. И. Лисиной, слишком заужено и потому не очень удачно, впрочем, как и подмена понятия «потребность в общении» понятием «потребность в коммуникации», т. е. в получении и обмене информацией. С нашей точки зрения, не всякая коммуникация является общением. Для последнего характерен не просто обмен или получение информации (ее можно получить и из газеты, телепередачи), а установление *психического контакта* между общающимися. Не ясно, почему самопознание не может осуществляться без общения с другими людьми. Или к какому самопознанию и самооценке приводит общение с животными? Очевидно, что М. И. Лисина гиперболизированно рассматривает лишь одну из функций общения, которой она подменяет сущность потребности в общении. Более близко к сути этой потребности было бы понимание ее как *потребности в контакте с другим реальным или воображаемым живым существом*. Тогда можно говорить и о потребности ребенка в кукле, и о

его любви к животным, и о стремлении кошек и собак к себе подобным, и о страданиях человека из-за нарушенных контактов с другими людьми (ведь в одиночной камере тюрьмы человек страдает не потому, что он не познает других и себя!).

В связи с этим вряд ли стоит искать причину прижизненного формирования потребности в общении только в совместной деятельности. Тогда надо признать, что у младенцев потребности в общении быть не может (как и у животных), так как совместная деятельность у них как таковая отсутствует. Между тем сама М. И. Лисина на основании исследований своих учеников делает вывод, что потребность в общении появляется у детей уже со второго месяца жизни.

Представление М. И. Лисиной по существу соответствует пониманию потребности в общении как вторичной, и возникновение ее не выходит за рамки концепции социального научения. Однако М. И. Лисина считает, что это не так. Рождение потребности в общении не сводится, по ее мнению, к надстройке новых сигналов над прежней потребностью, когда вид взрослого, звук его голоса и прикосновение напоминают ребенку о предстоящем насыщении или смене белья. В первые недели жизни у ребенка появляется именно новая, отсутствовавшая ранее потребность в общении – для понимания себя и других. Это не корыстная нужда в полезном человеке, а (говоря словами К. Маркса) высокая духовная потребность в том величайшем богатстве, каким является дру-

гой человек, заключает М. И. Лисина.

Все это, может, и так, но не опровергает тезиса о вторичности этой потребности, на чем бы она ни базировалась. Даже если это потребность в познании себя и других, то все равно это частный случай проявления познавательной потребности. Если же понимать потребность в общении как потребность в психическом контакте, то взрослые (как и дети, животные), к которым ребенок привыкает, становятся просто средством удовлетворения потребности в контакте. А это значит, что и в данном случае потребность в общении со взрослыми – не базовая, а вторичная, наподобие потребности в ложке, вилке для удовлетворения потребности в пище.

Нужно подчеркнуть, что потребность в собственно общении, если таковая все же существует, – это только одна причина общения как вида активности человека. Через процесс общения человек удовлетворяет потребность в впечатлениях, в признании и поддержке, познавательную потребность и многие другие духовные потребности.

Не случайно поэтому выделение в зарубежной психологии такого собирательного понятия, как *«потребность в аффилиации»*, содержание которой отнюдь не однородно. Это потребности: контактировать с людьми, быть членом группы, взаимодействовать с окружающими, оказывать и принимать помощь.

Таким образом, вопрос о наличии у человека собственно потребности в общении, специфичной по сравнению с

другими социальными и духовными потребностями, остается открытым. Используемые при изучении этой потребности наблюдения за поведением младенцев не являются прямым доказательством наличия таковой. Регистрируемые параметры можно расценивать и как проявление любопытства, интереса к объекту, в роли которого выступает взрослый, и как операции общения. Более надежным критерием может быть изучение эмоциональных реакций в ответ на появление и особенно на исчезновение объекта общения, что позволило бы выявить у ребенка потребностное состояние в контакте с другим человеком, которое можно принять за чистую потребность в общении. Примером такой потребности, с моей точки зрения, является привязанность к другому человеку или животному (когда человек говорит: «Я по тебе соскучился», то явно проявляется потребностное состояние, сопровождающееся соответствующей эмоцией). К сожалению, в этом плане можно сослаться только на исследование О. В. Баженовой, хотя жизненные ситуации показывают нам, что у детей эта потребность в контакте имеется. Так, уход родителей из дома по делам вызывает плач у ребенка, несмотря на то что он остается с бабушкой. *Что же касается так называемой потребности в общении, о которой говорит М. И. Лисина, – это, с моей точки зрения, приобретаемое в онтогенезе знание о способе и средстве удовлетворения различных потребностей путем общения (контакта) с другими людьми (или животными).* Сам же мотив общения может

строиться на совершенно различных основаниях (потребностях и целях).

Кстати, мотив общения понимается М. И. Лисиной по А. Н. Леонтьеву – как объект общения, т. е. мотивом у нее выступает другой человек, партнер по общению; критика такого понимания мотива давалась нами в разделе 1.2. Правда, почти тут же она пишет, что мотив – это опредмеченная потребность и что мотивы вырастают из потребностей, ведущими из которых являются: потребность во впечатлениях, в активной деятельности, в признании и поддержке.

Потребность в общении выражена у разных людей неодинаково, в связи с чем говорят об экстра- и интровертах. Однако, по данным Л. С. Сапожниковой (1973), однозначная связь между стремлением к общению и экстра- и интровертностью не выявляется.

По ее же данным стремление к общению подростков связано с уровнем притязаний. У лиц с адекватным уровнем притязаний стремление к общению выражено умеренно, у лиц с неадекватным уровнем – либо повышенное, либо пониженное. У девочек независимо от уровня притязаний стремление к общению более выражено, чем у мальчиков.

1.4. Общение как ценность

Наличие у человека потребности в общении делает общение и связанное с ним отношение к людям одной из веду-

щих ценностей человека. При этом чем ниже уровень группы в социальной иерархии (прежде всего – по уровню доходов), тем больше присутствие ценностей духовных взаимоотношений.

Общение не теряет своей ценности для человека и в производственной сфере. А. Л. Темницкий (2002) отмечает, что среди четырех ведущих трудовых мотивов ориентация рабочих на общение занимает второе место. Автор считает, что общение для рабочего не только соответствует естественной потребности в общении, но и компенсирует дефицит общественных организаций на промышленных предприятиях. Поэтому, несмотря на усиление индивидуалистической ориентации, удовлетворенность рабочих общением на протяжении ряда лет остается стабильной, в то время как, например, удовлетворенность зарплатой снижается. Более удовлетворены те рабочие, которые рассчитывают на помощь. Такую же высокую значимость имеют для рабочих и отношения с руководителями. Несмотря на то что в последние годы, как отмечает Н. А. Журавлева (2006), у россиян возросли прагматические ценности, обнаруживается тенденция возрастания значимости и альтруистических ценностей (терпимость, чуткость, счастье других).

Значимость ориентации работников на общение и на хорошие отношения с товарищами подтверждается и в других исследованиях (Н. В. Чернина, 1992; Ю. Н. Лапыгин, Я. Л. Эйдельман, 1996; В. С. Магун, 1996; Ж. Т. Тощенко, 2001).

1.5. Функции и цели общения

Принято различать три функции общения: информационную, аффективную и регулятивную. Информационная функция связана с передачей партнерами общения информации друг другу, аффективная – с взаимообменом (по механизму заражения) эмоциями. Под регулятивной функцией имеется в виду такое психологическое воздействие одного партнера общения – индуктора – на другого – реципиента, которое должно вызывать у последнего изменение либо его поведения (когда руководитель, например, дает распоряжение подчиненному), либо его эмоционального состояния, либо свойств его личности (при воспитательных воздействиях).

Цели общения могут быть функциональными и объективными. Функциональными целями общения могут быть:

- оказание помощи другому человеку;
- получение помощи;
- поиск партнера для беседы, совместной игры, деятельности и т. п. (т. е. партнера для взаимодействия);
- поиск человека, от которого можно получить понимание, сочувствие, эмоциональный отклик, похвалу;
- самовыражение (общение с теми, кто дает возможность проявить силу, ум, способности, умения);
- приобщение другого (других) к своим или общечелове-

ческим ценностям (воспитание, обучение);

- изменение мнения, намерения, поведения другого человека.

Объектные цели связаны с выбором партнера по общению (см. раздел 1.8).

Как показано О. А. Тырновой (1996а, б), ведущими мотивами общения являются: у девушек – желание поделиться различными мыслями и переживаниями, а также любопытство; у юношей – общность интересов и дел.

Функции общения. В соответствии с содержанием общения выделяют следующие функции общения:

- *информационную* (передача-прием информации, знаний и умений);

- *экспрессивную* (понимание переживаний и эмоционального состояния друг друга; его изменение: ведь потребность человека в общении очень часто возникает в связи с необходимостью изменить свое эмоциональное состояние);

- *регулятивную* (обоюдное воздействие на партнера по общению с целью изменения или сохранения его поведения, активности, состояния, отношения друг к другу);

- *социального контроля* (регламентирование поведения и деятельности с помощью групповых и социальных норм путем использования позитивных – одобрение, похвала или негативных – неодобрение, порицание – санкций);

- *социализации* (формирование у членов коллектива умения действовать в интересах коллектива, понимать интересы

других людей, выражать доброжелательность).

Именно в процессе взаимной регуляции формируются и проявляются феномены, характерные для совместной деятельности: совместимость людей, которая может относиться к разным психологическим свойствам и иметь разные уровни, общий стиль деятельности, синхронизация действий и т. п. В этом процессе осуществляются взаимное стимулирование и взаимная коррекция поведения. С регуляционно-коммуникативной функцией связаны такие явления, как подражание, внушение, убеждение.

Ломов Б. Ф., 1984, с. 268-269.

Б. Ф. Ломов выделяет и другие функции общения: организация совместной деятельности; познание людьми друг друга; формирование и развитие межличностных отношений. Мне, однако, представляется, что это не функции, а цели общения. М. И. Лисина считает, что основной функцией общения является организация совместной с другими людьми деятельности для активного приспособления к окружающему миру, в том числе и для его преобразования.

1.6. Виды общения

Различают прямое и косвенное общение. **Прямое общение** предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг друга общающимися людьми. **Косвенное общение** осуществляется через посредников, например при

проведении переговоров между враждующими сторонами.

Выделяют также целевое и инструментальное общение.

Целевое общение связано с удовлетворением потребности в общении, а **инструментальное общение** не является самоцелью, оно вызвано производственной необходимостью в организации индивидуальной или совместной деятельности. В этом случае мотив общения формируется на базе других потребностей: *стремления к достижению* (успех возможен только при общении и взаимодействии с другими людьми), *потребности во власти* (для этого нужны подчиненные), *потребности в аффилиации* (стремление постоянно быть с людьми, устанавливать и сохранять положительные отношения с ними).

В зависимости от используемых средств говорят о **вербальном** и **невербальном** общении (подробно об этом говорится в следующей главе).

На основе исходной формы непосредственного общения в процессе исторического развития человечества возникли и развились формы опосредствованного общения. Решающую роль в их формировании сыграло возникновение письменности, благодаря которой появилась возможность преодоления «единства места и времени действия», необходимого для непосредственного общения. Для человека, овладевшего письменной речью, сфера общения, а следовательно источники, из которых он может «черпать опыт», значительно расширяются.

Но вместе с тем в общении, опосредованном письменностью, утратили свое значение мимические и пантомимические средства. Да и сама письменная речь лишена многих особенностей, которые свойственны речи устной (например, тесно связанных с выражением эмоциональных состояний интонационных характеристик).

Ломов Б. Ф., 1984, с. 265.

Вербальное общение чаще всего принимает форму *разговора*. Разговор, ставший для людей обычным делом, подчиняется определенным правилам, имеет определенный порядок и структуру. Н. И. Семечкин (2004) дает следующее описание разговора.

Выделяют три типа разговора:

1) формализованный, где разговор следует строгой, заранее оговоренной регламентации (например, переговоры, совещания, конференции и т. д.);

2) полужормализованный, где отсутствует предварительно заданная регламентация, но все же какие-то каноны соблюдаются (светские беседы, официальные приемы);

3) неформализованный, где также существуют правила, которые, однако, регулируют не внешнюю, а внутреннюю, сущностную сторону разговора. Эти правила довольно гибкие, изменяемые в зависимости от ситуации (например, повседневные разговоры с близкими, знакомыми, случайными собеседниками).

Вне зависимости от типа все разговоры подчинены еди-

ной логике, выраженной в последовательности фаз: инициирование (вызывание на разговор, завязывание его), сам разговор и его окончание.

Первая фаза неформализованного разговора включает в себя признание людьми друг в друге потенциальных собеседников, что может достигаться с помощью различных средств коммуникации, в том числе с помощью приветствия, взгляда.

Неформализованный разговор характеризуется следующими признаками:

- 1) длительность разговора заранее не оговаривается;
- 2) речь, перебивая друг друга, одновременно ведут оба или несколько собеседников, но только до тех пор, пока они не убеждаются, что они не понимают друг друга;
- 3) порядок вступления в разговор каждого участника и время его высказывания не регламентируются;
- 4) в процессе разговора участники используют различные приемы, чтобы взять слово или перейти на позицию слушателя. Такими приемами могут быть задаваемый собеседнику вопрос или взятие паузы.

Существуют определенные речевые табу, касающиеся как тем разговора, так и используемых в нем слов. Например, запрещено в культурном обществе использовать нецензурные выражения, спрашивать о размерах заработной платы, обсуждать сексуальные отношения. Многие люди неохотно допускают других, даже близких, в свой внутренний мир, мно-

гим не нравится обсуждать проблемы здоровья, семейные проблемы и т. п. Помимо общей темы собеседники (каждый для себя) определяют допустимый уровень доверительности, искренности, правдивости.

В зависимости от числа общающихся людей различают три вида общения: **межличностное** – общение между двумя-тремя субъектами, **лично-групповое** – общение между одним человеком и группой и **межгрупповое**.

В. Н. Куницына с соавторами (2001) пишут, что межличностное общение должно удовлетворять следующим критериям:

- в нем участвует небольшое число людей (чаще всего – группа из 2-3 человек);
- это непосредственное взаимодействие: его участники находятся в пространственной близости, имеют возможность видеть, слышать, касаться друг друга, легко осуществляют обратную связь;
- это лично-ориентированное общение; предполагается, что каждый из его участников признает незаменимость, уникальность своего партнера, принимает во внимание особенности его эмоционального состояния, самооценки, личностных характеристик.

Эти критерии (за исключением первого) вызывают ряд вопросов. Будет ли называться межличностным общение людей, разговаривающих по телефону? Ведь между ними нет пространственной близости, т. е. они не могут видеть друг

друга и тем более касаться друг друга. Но в то же время это личностно-ориентированное общение, при котором может учитываться эмоциональное состояние партнера (распознается по голосу и смысловому содержанию речи), возникают психический контакт и определенные отношения.

С другой стороны, всегда ли обязательно при межличностном общении принимать во внимание самооценки и личностные характеристики партнера? Не следует ли тогда такое общение считать *разновидностью* межличностного общения и называть его как-то по другому, например интимным, эмоциональным?

При межличностном общении, содержание которого касается только общающихся, отражается позиция каждого из них. Если же участники общения являются представителями групп, коллективов, то они не полностью свободны в своих позициях и способах контактирования, поскольку заботятся о престиже представляемых ими групп. Поэтому, например, воспитательная работа с учащимися, принадлежащими к компаниям с асоциальным поведением, затруднена, особенно если общение с ними осуществляется учителем в присутствии других ребят из этой компании.

В личностном общении вербальные компоненты не играют существенной роли. О внутреннем мире личности *не* «сообщается», он *не* «транслируется» в личностном общении, а *существует*, наличествует... Основное назначение и цель личностного общения, его

реальная функция в жизни человека – обеспечение существования и представления его внутреннего мира, а тем самым личности.

Бобнева М. И., 1981, с. 244-245.

По содержанию и целям выделяют *деловое* и *неделовое* общение. Деловое общение включено в продуктивную деятельность и направлено на то, чтобы повысить качество этой деятельности. Деловое общение имеет место в школе при общении учителя с учащимися на занятиях, во время внеклассной и внешкольной работы с детьми. Деловое общение на предприятии имеет место во время совещаний, планерок, производственных собраний, выполнения совместной работы. Оно не затрагивает внутренний мир участников общения, и содержанием такого общения являются производственные вопросы.

Неделовое (личностное) общение, наоборот, связано с решением внутренних психологических проблем: разрешением внутреннего конфликта, обсуждением происходящего вокруг, выражением своего отношения к этому, поиском смысла жизни и т. д.

В зависимости от цели выделяют также ритуальное, манипулятивное и гуманистическое общение. Их характеристика дана Ю. С. Крижанской и В. П. Третьяковым (1990).

Ритуальное общение имеет целью поддержание связи с социумом, подкрепление представления о себе как о члене общества. Его характерными особенностями являются

ся ненаправленность, неинформативность, бессодержательность, невовлеченность или малая вовлеченность партнеров в общение. При таком общении партнер становится необходимым атрибутом выполнения ритуала. С помощью ритуального общения «осуществляются многие контакты, разговоры, которые со стороны, да иногда и изнутри, кажутся бессмысленными, бессодержательными, так как они на первый взгляд совершенно неинформативны, нецеленаправленны, не имеют и не могут иметь никакого результата. Ну, действительно, какой, казалось бы, смысл в общении, предположим, на некоем дне рождения. Все присутствующие знают друг друга лет 20, собираются вместе раза 3-4 в год, сидят по несколько часов и говорят все об одном и том же. И мало того, что темы разговоров в сущности не меняются, так, кроме этого, каждый наверняка может предсказать точку зрения любого по любому вопросу. Казалось бы, абсолютно бессмысленная трата времени, которая должна вызывать только раздражение. Это иногда и случается, но редко – гораздо чаще мы получаем от такого рода заседаний удовольствие. Мало того, чем больше „отягчающих“ обстоятельств – чем больше стаж знакомства, чем меньше новых людей, чем меньше неожиданных точек зрения, – тем больше удовольствие. Зачем же нам это нужно?

Описанное общение – типичный случай ритуального общения, где главным делом является подкрепление своих установок, ценностей, мнений и т. д., повышение самооцен-

ки и самоуважения» (с. 174). Поэтому участники такого общения стараются избежать всякого столкновения мнений. Ритуальное общение не затрагивает важнейших проблем и интересов человека.

Хотя во многих случаях мы с удовольствием принимаем участие в таком (ритуальном. – Е. И.) общении, в еще большем количестве случаев мы участвуем в нем просто автоматически, выполняя требования ситуации, практически не осознавая, не отдавая себе отчета в том, что мы делаем. Мы много раз здороваемся и раскланиваемся со знакомыми и незнакомыми людьми в родном учреждении, на лестничной площадке, на улице, спрашиваем их «Как дела?», узнаем, что «Нормально», говорим о погоде, ругаем общественный транспорт, который «плохо ходит», рассказываем и слушаем анекдоты, смеемся, и все это происходит походя, совершенно нас не затрагивая. И такое общение человеку тоже необходимо – представьте себе, какая была бы реакция, если бы все вдруг перестали с вами здороваться. Понятно, что реакция была бы далеко не оптимистическая, ведь лишение человека этого ритуала прямо свидетельствует и понимается как социальная изоляция.

Крижанская Ю. С., Третьяков В. П., 1990, с. 178.

Второй вид целевого общения – **манипулятивное**. Это вид общения, имеющий целью использовать партнера по общению в своих целях. О манипуляции подробно речь пойдет

в главе 6.

Третий вид – **гуманистическое общение**. Это личностное общение, позволяющее удовлетворить потребность в понимании, сочувствии, сопереживании. Отличием гуманистического общения от двух вышеназванных является то, что ожидаемым результатом общения является совместное изменение представлений обоих партнеров, а не поддержание социальных связей, как при ритуальном общении, и не изменение поведения партнера, как при манипулятивном общении.

К гуманистическому общению относится *доверительное общение*. Это интимное, исповедальное общение, осуществляемое не только между друзьями, но и между пациентом и врачом, нередко дающее психотерапевтический эффект.

Доверительное общение как феномен определяется, с одной стороны, значимостью, интимностью информации о себе, раскрываемой собеседнику, а с другой – доверием к партнеру (В. С. Сафонов, 1981). Доверие – это отношение к партнеру как человеку, который не будет использовать полученную информацию против доверившегося в силу своих моральных качеств. Вступление в доверительное общение требует преодоления некоего психологического барьера в связи с тем, что «раскрытие» себя связано с определенным риском. Вследствие этого для начала доверительного общения необходимы некоторые специфические условия:

1) настоятельная потребность «выговориться»; в этом

случае пусковым фактором для возникновения доверительного общения может стать первый же «попавшийся под руку» человек (например, случайный попутчик), который воспринимается как способный выслушать, понять, сопереживать;

2) поведение собеседника, которое располагает к такому общению (его «открытость», проявление внимания, доброжелательности, искренней заинтересованности, просто согласие выслушать), общее впечатление о нем, прошлый опыт общения с ним.

А. А. Леонтьев (1974) выделяет три вида общения: социально-ориентированное, предметно-ориентированное и личностно-ориентированное. Первый вид общения направлен на изменение психологических характеристик группы людей в сторону либо их унификации, либо рассогласования. Это общение между представителями социальных групп, выступление перед аудиторией. Предметно-ориентированное общение направлено на регулирование совместной деятельности людей, а личностно-ориентированное – на изменение отдельной личности.

Американские исследователи Бернارد и Хекинс выделяют пять уровней разговора, каждый из которых определяется своей комбинацией содержания, значения, эмоциональной вовлеченности. Приведем их в порядке возрастания значимости партнеров друг для друга. Первый уровень определяется отношением

к другому как к неодушевленному предмету. Это наименее интимная, формальная ситуация, обычно предполагающая случайных участников. Такой разговор содержит много штампов, полон социальными условностями, малозначителен для партнеров, хотя это обычно скрывается. За ним следует уровень, который определяется отношением к партнеру как объекту воздействия. Это информативный уровень разговора, обычно включающий в себя передачу каких-то фактов, знаний, указаний. Разговор на этом уровне имеет все характеристики лекции. Следующий уровень – это первый, на котором в разговор включены реальные чувства партнера. Здесь появляется интерес к партнеру как к таковому. Однако передаются чувства в основном об окружающем мире, а не о себе и не о партнере («Я думаю, что это одно из красивейших мест в мире»). Далее – передаваемые чувства уже относятся к внутреннему миру партнеров. Здесь можно открыто выражать свои чувства. «Я вас люблю» – фраза именно этого уровня. И наконец, последний, наиболее интимный уровень разговора, предполагающий существование значимых отношений между партнерами. Здесь особо важны невербальные компоненты. Типичный пример – отношения матери и младенца.

Крижанская Ю. С., Третьяков В. П., 1990, с. 157.

Г. А. Ковалев (1996) дает свою классификацию типов общения, основанную на трехкомпонентной модели общения

(табл. 1.1).

Общение может быть **кратковременным** и **длительным**. При кратковременном общении создается первое впечатление друг о друге. Первое впечатление о человеке может быть и неадекватным, так как основано на внешних или случайных признаках. Однако у многих людей оно бывает очень сильным и поэтому надолго сохраняется. Вследствие этого оно может как облегчить, так и затруднить на начальном этапе общения воспитание учащихся, да и само общение, если у одной или сразу двух общающихся сторон это впечатление будет негативным.

Таблица 1.1. Классификация типов общения

Тип общения	Отражение	Отношение	Обращение
Диалогический	Сложное	Личностное	Открытое
Доверительный	Простое	Личностное	Открытое
Рефлексирующий	Сложное	Личностное	Закрытое
Альтруистический	Простое	Личностное	Закрытое
Манипулятивный	Сложное	Ролевое	Открытое
Псевдиалогический	Простое	Ролевое	Открытое
Конформный	Сложное	Ролевое	Закрытое
Монологический	Простое	Ролевое	Закрытое

Длительное общение дает возможность глубже понять друг друга. Это путь к взаимопониманию, но в то же время – и к возможному взаимопресыщению (что часто наблюдается в замкнутых, изолированных группах).

Выделяют также вербальное, невербальное и проксимальное общение. **Вербальное общение** – это общение с помощью языка. По своим коммуникативным возможностям оно гораздо богаче всех остальных видов общения, хотя и не в

состоянии их заменить. **Невербальное** общение – это общение с использованием неречевых средств – мимики, жестов, через сенсорные и телесные контакты. **Проксимальным** называют общение, которое осуществляется через особое расположение людей в пространстве относительно друг друга. Э. Холл (*Hall, 1959*) установил, что расположение людей на определенном расстоянии друг от друга отражает информацию об отношениях между людьми. Он выделил четыре расстояния (зоны), свидетельствующие о различных взаимоотношениях людей:

1. *Публичная зона*. Она составляет от 3,5 м и больше и указывает на то, что в процессе общения находятся люди, не имеющие каких-либо личных или деловых отношений, и что они не намерены идти на сближение друг с другом или установление личных взаимоотношений. Это зона, в пределах которой относительно друг друга располагаются люди во всех случаях их публичного общения.

2. *Социальная зона*. Она составляет от 1,2 до 3,5 м и указывает на то, что общающиеся люди являются знакомыми, партнерами или коллегами по работе и между ними сложились не только деловые взаимоотношения.

3. *Личная зона*. Она равна примерно 45 см – 1,2 м. В пределах этой зоны располагаются люди, между которыми сложились личные взаимоотношения, не переходящие, однако, в интимные.

4. *Интимная зона*. Она составляет от 0 до 45 см. В эту

зону допускаются только самые близкие люди, между которыми сложились интимные отношения или которые готовы пойти на установление таких отношений.

Вторжение в личное пространство приемлемо только в некоторых ситуациях и только тогда, когда все, кто участвует в этой ситуации, следуют неписаным правилам. Например, люди терпимо отнесутся к другим в переполненном лифте или метро, и их даже не беспокоят прикосновения окружающих, при условии, что другие следуют определенным «правилам»: стоят неподвижно, смотрят на пол или указатель над дверью и не оглядываются на тех, кто стоит рядом. Встретившись взглядами, в этой ситуации люди могут обменяться смущенными улыбками или как-то иначе признать взаимное вторжение в интимное пространство. Межличностные проблемы возникают, когда человек нарушает ожидания другого, связанные с конкретным пространством. К сожалению, иногда один человек намеренно нарушает пространственные ожидания другого. Когда нарушения возникают между представителями противоположного пола, это может рассматриваться как сексуальное домогательство. Чтобы не создавалось впечатления домогательства, людям нужно особенно чутко относиться к интимному пространству окружающих. Многие люди определенным образом помечают свою территорию. Например, если вы рано пришли в класс на первое занятие, поставили рюкзак на пол у свободной парты,

повесили куртку на стул и вышли в коридор, а кто-то появился, пока вас нет, отодвинул ваш рюкзак и сел за парту, то этот человек вторгся на территорию, которую вы отметили как свою.

Вердербер Р., Вердербер К., 2007, с. 96-98.

1.7. Способы общения

Психический контакт между людьми может быть *непосредственным* (например, при встрече) и *опосредованным*, с использованием специальных средств и орудий (например, обмен письмами). При общении с помощью писем, телефонных переговоров тоже происходит взаимный обмен информацией и эмоциями между реальными людьми; в этом отличие чтения письма от чтения художественной литературы: последняя дает возможность человеку лишь *приобщиться* к литературе, поэзии.

В последние годы все большее распространение получает способ общения через *электронные средства*. Его особенностью является отсутствие прямого физического контакта между людьми. Поэтому, если не имеется визуального изображения говорящих на электронных средствах, теряется большая часть информации, сообщаемой невербальными знаками (мимикой, жестами). Кроме того, при таком общении присутствует анонимность: общаясь с человеком через Интернет, мы можем не знать настоящее имя собеседника,

его пол и возраст, его национальность и религиозную принадлежность и т. д., так же как он ничего не знает о нас. Для придания общению анонимного характера его участники используют псевдонимы.

Общение с помощью электронных средств (через Интернет) часто вызвано общими интересами. Такое общение происходит через сетевые конференции и онлайн-чаты. Конференция – это место виртуальной встречи людей с общими интересами. На ней собираются сообщения, объединенные определенной темой. Начинается она с того, что один из пользователей Сети посылает сообщение (называемое статьей). Другие пользователи читают эти статьи и, если хотят, отвечают на них. В результате получается дискуссия, в которой могут принимать участие многие люди. Таких конференций в Интернете проводятся тысячи.

Интернет-чат – это интерактивный обмен сообщениями между двумя или более участниками. В то время как в конференциях публикуются статьи, а люди посылают на них ответы через некоторое время, в чат-руме ответы появляются на экранах участников немедленно.

Правила эффективного общения через электронные средства:

1. *Необходимо редактировать написанное.* Никогда не посылайте электронную почту, не прочитав написанное вами. Не ограничивайтесь исправлением опечаток. Соблюдайте грамматические и синтаксические правила.

2. *Включайте в свое письмо те же формулировки, какие вы получили.* Даже если обмен электронной почтой произошел в тот же самый день и даже минуту, автор не может помнить точно, что он писал вам первоначально. После ознакомления со специфическими выражениями, которые люди используют в своих сообщениях, полезно повторить или перефразировать их, прежде чем ответить.

3. *Примите во внимание отсутствие значимых небальных сигналов.* Учитывайте, что партнер не видит выражение вашего лица, ваших жестов, не слышит звуков вашего голоса. Поэтому вам следует определить, какие слова могут пригодиться для заполнения пробелов в значении. Когда это уместно, добавляйте больше прилагательных. Символы, которые используются в электронной почте для выражения эмоций, называются эмоджонами.

4. *Экономно используйте принятые сокращения или вообще их не используйте.* Хотя использование сокращений делает сообщение короче, оно не становится от этого более ясным. Многие из тех, кто получает такие стенографические загадки, теряются, пытаясь извлечь из них смысл. Более того, некоторые получатели могут быть обижены, потому что им кажется, что вы не хотите сказать то, что думаете, а вместо этого вставляете сокращения. Некоторые обычные сокращения в электронной почте включают в себя следующие: BTW («между прочим»), FWIW («за точность не ручаюсь, хотите – верьте, хотите – нет») и IMHO («по моему скром-

ному мнению»). Особенно опасный прием – это использование прописных букв для подчеркивания важности сообщения. Это воспринимается как угроза. Все прописные буквы в электронной почте равносильны крику при беседе с глазу на глаз.

5. *Помните, что при использовании электронной почты отсутствует тайна переписки.* Сообщение, которое вы написали, скопировано и сохранено как минимум временно на многих компьютерах между вами и получателем. Если вам нужно сказать нечто конфиденциальное, лучше отправить такое сообщение в письме или передать по телефону.

1.8. Выбор партнера по общению

Центральным моментом в мотивации общения является *выбор постоянного или ситуативного партнера по общению*, а для исследователя-психолога – изучение причин и факторов, обуславливающих такой выбор или отказ от него.

Наиболее распространенным фактором выбора постоянного партнера общения, в частности детьми, по данным многих авторов, является привлекательность другого человека как личности по нравственным, деловым или физическим качествам, проявление к этому человеку симпатии, любви, т. е. эмоциональное отношение. Так, у дошкольников привязанность к ровесникам обеспечивают такие качества последних, как чуткость, отзывчивость, проявление заботы и

внимания, справедливость, приветливость, учет интересов другого, дружелюбие. Как показала Н. Г. Полехина (1971), потребность учащихся в общении с учителями во внеурочное время возникает при наличии у последних следующих качеств: человечности, хорошего характера, чувства юмора, тактичности. Учитель должен обладать эрудицией, умением найти контакт, быть хорошим собеседником, понимать учащихся.

Деловые качества (интеллект, умение организовать игру, учиться, трудиться) тоже могут явиться причиной выбора постоянного или временного партнера общения (В. Н. Лозоцева, 1982; Я. Л. Коломинский, 1975). В возникновении привязанности к кому-либо может играть роль (причем уже у детей 3-7 лет) и внешняя привлекательность человека (Т. А. Репина, 1988).

Немаловажную роль в выборе партнера общения играет наличие общих интересов, ценностей, мировоззрения, а также необходимость сотрудничества, взаимодействия в процессе получения или оказания помощи. В ряде случаев выбор партнера общения обусловлен внешними факторами: близостью проживания, знакомством родителей (для детей) и т. д.

Устойчивость пар общения (а следовательно – и устойчивость мотива общения), по данным И. К. Широковой (1973), полученным на студентах, не зависит от близости партнеров по социометрическому статусу и экстраверсии, но связана с

близостью по нейротизму и эмоциональной экспансивности; кроме того, устойчивыми оказались пары с противоположными значениями невербального интеллекта и силой нервной системы.

Вообще данные о психологических факторах, влияющих на выбор партнера общения и устойчивость пар общения, кажутся на первый взгляд довольно противоречивыми. Н. Н. Обозов (1979) обнаружил, что чаще дружат люди, сходные по характеристикам личности. Т. Б. Карцева (1981), исследовав пары друзей и недругов, выявила, что в них соединяются и по принципу сходства, и по принципу контраста. Более половины друзей оказались людьми довольно замкнутыми, примерно половина из них обладала одинаковым уровнем интеллекта, а другая половина – разным; чуть больше половины друзей показали разный уровень доминантности и «озабоченности – беспечности». Обнаружилось, что два рассудительных, осторожных, благоразумных или же робких и нерешительных человека редко бывают друзьями.

В действительности эти противоречия во многом преодолимы, если учесть, что врожденные качества в совместимых парах чаще контрастны, а приобретенные (ценности, установки и т. п.) – чаще подобны.

Нежелание общаться с тем или иным человеком в большей степени связано с его негативным поведением и с отрицательными нравственными качествами (лживостью, нечестностью, завистливостью, ленью).

Н. П. Ерастов (1979) дает классификацию мотивов общения, в основе которой по существу лежат различные виды потребностей. Он выделяет три вида их соответствия друг другу: *взаимодействующие* (которые в процессе общения сближаются по содержанию друг с другом, будучи первоначально даже разными), *противодействующие* (которые исключают друг друга, противоположны по направленности – один желает узнать правду, а другой не хочет ее говорить) и *независимо протекающие* (не влияющие друг на друга: у общающихся разные цели, но каждый не имеет ничего против цели другого).

ГЛАВА 2

Средства общения

Все средства общения делят на две группы: речевые и неречевые (рис. 2.1).

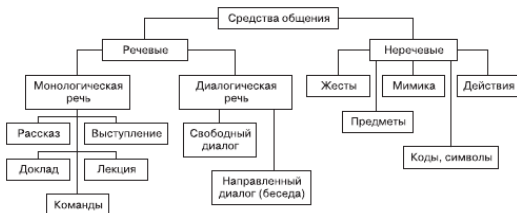


Рис. 2.1. Классификация средств общения

2.1. Речь, или вербальные средства общения

Речь – это процесс использования языка в целях общения людей, это говорение. Язык – это совокупность звуковых, словарных и грамматических средств выражения мыслей. В разных языках (английском, немецком, русском и т. д.) эти средства имеют различное семантическое содержание, поэтому люди, говорящие на разных языках, могут не понимать друг друга.

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

Среди различных функций речи (сигнификативной, т. е. обозначения предметов, явлений, действий и т. д., обобщающей и др.) особое значение имеет *коммуникативная функция*, имеющая три стороны: информационную, выразительную и волеизъявления (действенность).

Информационная сторона проявляется в передаче знаний и умений и тесно связана с функциями обозначения (например, использование терминологии) и обобщения (например, отнесение того или иного случая к определенному классу явлений). Информационная сторона предполагает умение найти слово, точно отражающее ту или иную мысль, причем оно должно вызвать эту же самую мысль или представление и у слушателя.

Информационная сторона речи характеризуется:

- *разборчивостью* высказываний, что обеспечивается достаточной силой голоса, не очень быстрым темпом речи (вспомните Трындычиху из кинокомедии «Свадьба в Малиновке»), интонациями, логическими ударениями;
- *понятностью (доходчивостью)*, т. е. учетом уровня знаний собеседника или слушателей по теме сообщения и представлением информации в форме, доступной пониманию слушателей;
- *содержательностью* высказываний, т. е. наличием но-

вой информации по сравнению с имеющейся у собеседника или слушателей; пустословие снижает внимание собеседника или слушателей и приводит к разрушению личного контакта в общении;

- *определенностью* высказываний, которая обеспечивается ясным предметно-понятийным содержанием с указанием достоверности сообщаемой информации; тематическая неопределенность речи запутывает слушателей или собеседника, препятствует пониманию содержания речи и ее направленности («не пойму, куда ты гнешь?»), создает впечатление у собеседника и слушателей, что их пытаются запутать, скрыть правду, т. е. что говорящий занимается софистикой;

- *упорядоченностью* высказываний, которая характеризуется их структурной организованностью, последовательностью; упорядоченность речи связана с логичностью мышления.

Выразительная (эмоциональная) сторона речи связана с передачей чувств и отношения говорящего к тому, о чем он говорит. В словах, сказанных с различной интонацией, отражаются самые разнообразные эмоции и чувства – от страха до радости, от ненависти до любви. По тембру, громкости голоса, по паузам и т. д. узнают, спокоен или взволнован человек, сердится он или радуется, утомлен или скучает. Через речь собеседнику передается свое отношение к поступкам и делам людей. По речи можно легко распознать ис-

кренность переживаний собеседника или прикрываемое игрой в взволнованность его равнодушие. Способствует выразительности речи ее образность.

Волеизъявление (действенность) определяется влиянием на мысли, эмоции, поведение другого и отражает стремление говорящего подчинить действия и поступки общающегося с ним человека своим желаниям и намерениям. Оно тесно связано с убеждением и внушением.

Чтобы речь была эффективным средством общения, она должна обладать многими качествами, которые делят на две группы. К первой относятся те, которые делают речь правильной с точки зрения лексики (словарного состава), фонетики (звуков, из которых состоят слова), произношения, построения фраз, отсутствия неточных и ненужных слов (слов-паразитов), провинциализмов (слов, употребляемых только в данной местности) и вульгаризмов (грубых, неприятных для собеседника слов и выражений).

Вокальные помехи

Большинство из нас время от времени допускает вокальные помехи (лишние звуки или слова, нарушающие беглость речи), которые становятся проблемой, когда другие воспринимают их как лишнее или эти помехи начинают привлекать к себе внимание и не позволяют слушателям сосредоточиться на смысле сказанного. Наиболее часто в нашей речи встречаются помехи типа: «э-э-э», «м-м-м», «ладно» и почти универсальные «понимаете» и «типа». Вокальные

помехи могут первоначально использоваться как «замещающие выражения», заполняющие пробелы в речи, чтобы не установилось молчание. Таким образом мы указываем, что еще не закончили речь и что по-прежнему наша «очередь». Мы можем произносить «м-м-м», когда нужно сделать паузу, чтобы подыскать нужное слово или идею. Хотя вполне вероятно, что нас могут прервать (некоторые люди прерывают других, как только возникает пауза), все же если мы слишком часто используем такие звуки, это создает впечатление, что мы не уверены в себе или не знаем, что сказать. В такой же степени и еще более разрушительное действие будет оказывать чрезмерное употребление «понимаете» и «типа». Чрезмерное употребление вокальных помех во время собеседования при приеме на работу или в аудитории может создать о вас неблагоприятное мнение.

Вердербер Р., Вердербер К., 2007, с. 88-89.

Речь бывает монологической и диалогической. *Монологическая речь* – это чаще всего последовательное и связное изложение системы мыслей, знаний. Из всех многообразных форм чаще всего используются объяснение, описание, рассказ. К монологической речи относятся также выступление, доклад, лекция.

Монологической бывает речь и тогда, когда отдаются распоряжения, задаются риторические вопросы (т. е. вопросы, не требующие ответа, так как они сами по себе являются утверждением чего-либо, аксиоматичны, например: «Ну кто

же из нас не знает Александра Сергеевича Пушкина?»). Риторическим вопросом говорящий как бы ставит слушателей рядом с собой, объявляет их своими единомышленниками.

Эффективность общения зависит от того, насколько партнеры глубоко вовлечены в общение. А это связано с тем, насколько сознательно подходит человек к решению тех или иных вопросов, просто ли он слушает и смотрит или не только слушает, но и обдумывает то, что слышит и видит. Для повышения эффективности общения важно иметь возможность или хотя бы шанс «включить» и направить мышление собеседника в «нужном» (в соответствии с целями) направлении.

Один из наиболее известных приемов управления мышлением другого – это риторический вопрос. Суть его сводится к тому, что говорящий и слушающий используют вопросы, на которые они не ждут ответа, а предполагают отвечать на него сами. Зачем же задается такой вопрос? Конечно, не ради красоты стиля. Дело в том, что именно с вопроса начинается думанье, вопрос – пусковая точка мыслительного процесса (Л. М. Веккер, 1976), и, задавая риторический вопрос, говорящий так или иначе надеется «включить» мышление собеседника и направить его в нужное русло (навязывать логику).

Крижанская Ю. С., Третьяков В. П., 1990, с. 122-123.

Диалогическая речь – это обмен репликами между обеими общающимися сторонами. Она используется для обмена

мнениями, согласования совместных действий.

Диалогическая речь предъявляет меньшие требования к правильности речи, в ней не так заметны обмолвки, неточное употребление слов, незаконченность фраз. Ведь диалог – это поддержанная собеседником речь: можно закончить мысль другого, поставить уточняющие вопросы. Это помогает говорящему выразить свою мысль и быть понятым собеседником. Особенностью диалога является и то, что он осуществляется при эмоциональном контакте говорящих в условиях их взаимного восприятия.

Направленный диалог называется *беседой*. С ее помощью выявляется уровень информированности собеседника, его установки, убеждения, душевное состояние, оказывается внушающее воздействие, убеждение. Поэтому беседа является одним из главных средств воспитания.

2.2. Невербальные средства общения

Невербальными средствами общения являются *жесты, позы, мимика и другие двигательные действия*.

Невербальным средствам общения придавали большое значение еще в Древней Греции. Например, большое значение придавалось осанке. Мужчине полагалось держать голову высоко поднятой, в противном случае его могли принять за гомосексуалиста. Женщинам и детям, наоборот, не полагалось смотреть собеседнику прямо в глаза. Отведенный в

сторону взгляд свидетельствовал о стыдливости, скромности, покорности.

Большой палец, поднятый вверх или опущенный вниз, как знак одобрения или неодобрения, был известен еще древним римлянам. Таким образом император давал знать после окончания поединка, оставляет он гладиаторам жизнь или нет.

В риторике, начиная с Цицерона, один из ее разделов посвящался внешнему выражению в поведении оратора.

Во времена Эразма Роттердамского сидеть, положив ногу на ногу, означало не уважать собеседника. Руки в боки толковались как мужественный жест, допустимый в обществе военных. Гражданским же лицам этого жеста следовало избегать. Ученый советовал остерегаться тех, кто покашливает во время разговора. Он считал их лжецами.

На протяжении многих веков считалось, что если человек в чьем-то присутствии чешет голову или теребит одежду, то тем самым он выказывает к собеседнику пренебрежение. Даже случайное соприкосновение с собеседником могло быть истолковано как грубое нарушение приличий.

Не случайно поэтому в ХУП-ХУШ вв. в западных странах издавались книги, посвященные правилам хорошего тона. Например, в 1735 г. вышла в свет книга С. Ван Пара «Большая церемониальная книга о добронравии» объемом 500 страниц.

Первой книгой, полностью посвященной жестам, была ра-

бота Д. Балвера «Хириология: или естественный язык руки и хириномия, или искусство риторики рук». А Френсис Бэкон предложил даже создать науку о жестах. В конце XIX в. жесты стали изучать антропологи и психологи. В. Бунд, например, видел в жестах более примитивную форму самовыражения, чем язык, но имеющую с ним существенные общие черты. В 70-х гг. XX в. было издано несколько монографий о жестах (Эфрон [*D. Efron, 1972*]; Моррис с соавторами [*D. Morris et al., 1979*] и др.).

В России первой работой, посвященной языку тела, является сочинение С. Волконского, в котором автор излагает свою точку зрения на семиотику жестового общения как выражение внутреннего состояния человека.

В 1939 г. вышла трехтомная монография И. А. Соболевского, в которой автор изложил свой взгляд на невербальное общение. По И. А. Соболевскому (1939), структуру кинетической речи составляют: а) кинесинтагмы (кинетическое предложение), б) кинелексемы (кинетическое слово) и в) кинемы (простейший элемент кинетической речи). Учение о кинесинтагме составляет синтограмматику; учение о кинелексеме входит в лексикологию; учение о кинеме составляет кинетику (антропокинетику). Автор распространяет свою схему на искусственно создаваемую кинетическую речь, используемую, например, на производстве, когда звуковая речь затруднена из-за большого шума.

Изучение значения различных жестов человека продол-

жается, свидетельством чему являются международные конференции и сборники научных докладов, например вышедший в Англии сборник «Жесты и умонастроения от глубокой древности до наших дней».

Результатом исследования моторной невербальной коммуникации на Западе явилось формулирование Р. Бердвистлом (*R. Birdwhistell*, 1952) новой научной дисциплины – кинесики, которая изучает поведение человека в его невербальных проявлениях, к которым относятся мимика (движение мышц лица), пантомимика (движения всего тела), «вокальная мимика» (интонация, тембр, ритм, вибрато голоса), пространственный рисунок (выразительность, сила проявления чувств, переживаний). «Кинем» – мельчайшая единица движения, как бы буква движения тела, считывая которую можно интерпретировать передаваемые через жесты или другие движения тела сообщения. По Р. Бердвистлу, все символические взаимодействия между людьми имеют один и тот же ограниченный репертуар, состоящий из 50-60 элементарных движений, жестов или поз. Поведение, считает он, складывается из кинем – элементарных единиц, точно так же, как звуковая речь организуется из последовательности слов и предложений.

Самые простые элементы телодвижений («кины») он обозначил символами. Начав с глаз, он решил, что О является лучшим символом для открытого глаза, а «—» наиболее подходит для обозначения закрытого глаза. Подмигивание

правым глазом обозначается так: (— O), подмигивание левым глазом: (O —). Открытые глаза обозначаются знаком (OO). Бердвистл создал символы для туловища и плеч, руки и кисти, ладони и пальцев, бедра, стопы и шеи, а также использовал особые знаки для указания направления движения (вверх, вниз, вперед, назад).

Разработанная им система фиксации жестов и мимики полезна многим профессионалам, так как позволяет регистрировать и анализировать состояние другого человека, целесообразность использования определенных жестов и т. д. Проведенный с их помощью анализ публичных выступлений преподавателей, политических деятелей может помочь улучшить эффективность их будущих выступлений. Врач может лучше понять пациента, учитывая, что он сказал не только на словах, но и телом. Эта система может быть полезна актерам и бизнесменам, ведущим переговоры.

Другим направлением изучения невербального общения является постулированная Э. Холлом (*E. Hall, 1959*) «пространственная психология», или «проксемика», которая изучает закономерности пространственной организации общения, влияние на общение расстояния между людьми и их пространственной ориентации.

Жесты

Невербальные жестовые проявления, как произвольные,

так и произвольные, первоначально в довербальный период эволюции человека были самостоятельным средством коммуникации (Г. Хьюз [*G. Hewes*, 1977]; А. Кендон [*A. Kendon*, 1981]; К. Хоккет [*C. Hockett*, 1978]), а в вербальном периоде развития закрепились в качестве полусознательно-го выразительного средства, сохранив функции предыдущего этапа: защиты (неприятя, отторжения), нападения (приятя, присвоения), сосредоточения (ожидание, ритуалы и переходные состояния). Для наблюдателя жесты предстают как символы специфического языка образов.

Классификации жестов. Первая попытка классификации жестов была предпринята Д. Эфроном (*D. Efron*, 1972). Он выделил две группы жестов: употребляемые совместно с речью и символические жесты, или эмблемы. В свою очередь, первые жесты он разделил на подгруппы: 1) идеографические жесты, которые схематически изображают логическую последовательность высказывания, структуру аргументации и находятся в сравнительно неконкретном отношении к содержанию высказывания; 2) указательные жесты, показывающие на предмет высказывания; 3) изобразительные жесты, схематически обрисовывающие форму или размер предмета обсуждения, как бы иллюстрирующие содержание высказывания; 4) дирижирующие жесты, совершаемые в такт речи.

Базируясь на этой классификации, П. Экман и В. Фризен (*P. Ekman*, *W. Friesen*, 1972) создали свою классификацию

жестов: 1) эмблемы – жесты, имеющие языковой эквивалент и достаточно точное значение для данной социальной группы; 2) иллюстративные жесты, которые делятся на семь подгрупп: дирижирующие, акцентирующие, указательные, ритмические, кинетографические, пиктографические и эмблематические движения; 3) адаптеры – жесты, способствующие уменьшению или снятию внутреннего напряжения; 4) регуляторы – жесты, используемые для контроля или координации общения; 5) аффективные жесты, являющиеся выразителями эмоций и чувств.

Экман и Фризен описали степень, в которой каждый из знаков является панкультурным, т. е. используется многими народами независимо от особенностей их культуры. Те знаки, которые имеют панкультурную основу, выражают преимущественно аффекты. Жесты-эмблемы, иллюстративные жесты, жесты-регуляторы обычно специфичны для культуры и являются результатом индивидуального обучения.

Критикуя эту классификацию, Кендон (*A. Kendon, 1981*) считает, что в контексте общения ни один жест не может быть полностью только регулятором, эмблемой или адаптером.

Н. Фридман и С. Гранд придерживаются другой классификации жестов. Они выделяют объектные движения (общеизвестные коммуникативные жесты) и жестовую самостимуляцию. Объектные движения делятся ими на доречевые жесты (при задерживающемся или несостоявшемся речевом

высказывании); движения, которые возникают с началом речи и сопровождают высказывание (как дополнение и избыточность); движения, ограничивающиеся разъяснением одного слова.

По Б. Аргайлу (*B. Argyle, 1975*), жесты по своим функциям делятся на пять групп: иллюстративные и другие связанные с речью знаки; конвенциональные жесты; движения, выражающие эмоции; движения, выражающие личность; ритуальные жесты.

Жесты-эмблемы являются особой группой жестов, так как имеют двойную природу. С одной стороны, они относятся к классу жестов, с другой – функционируют как язык и этим уподобляются слову. В связи с этим они изучаются и систематизируются как специфические коммуникативные единицы для той или иной культуры. Для многих культур жесты-эмблемы сходны, например пожатие плечами означает «не знаю», «ничего не могу сделать», «не понимаю», «какая разница?» Приставленная к уху ладонь – это просьба говорить громче. В то же время имеются и существенные различия. Например, прикосновение указательным пальцем к нижнему веку для флорентийца означает что-то лестное, а для жителя Саудовской Аравии этот жест оскорбителен. Девушка из Южной Америки воспримет этот жест как ухаживание. Для русских движение головой вправо-влево означает отрицание, несогласие, а для болгар, наоборот, согласие. В нашей стране постукивание пальцем по виску означает: «Ты

что, ненормальный?» В Дании же этот жест означает комплимент интеллекту. При соединении указательного и большого пальца в США подумают, что это «о'кей», во Франции – «ноль», в Японии – «деньги», в Тунисе – «Я тебя убью». А в Средиземноморье и на Среднем Востоке этот же знак означает намек на гомосексуальные отношения (А. Пиз, 1992).

Потираание мочки уха в средиземноморских странах имеет 5 различных значений. Например, для испанцев, греков, мальтийцев и итальянцев этот жест будет оскорбительным, а португалец окажется польщенным. Жест из указательного и среднего пальцев, обозначающий букву V – победа – в Европе воспринимается однозначно, но только не у англичан. У них имеет значение, какой стороной кисть повернута к собеседнику. Если этот жест сопровождается поворотом ладони к говорящему собеседнику, то он означает «заткнись». В европейской культуре человек, сообщающий о постигшем его горе, сделает скорбное выражение лица; вьетнамец же в этой ситуации будет улыбаться, потому что он не хочет навязывать собеседнику свою скорбь и избавляет его от притворного выражения этого состояния. Арабы при общении стараются смотреть собеседнику прямо в глаза; японца же с детских лет приучают смотреть собеседнику не в глаза, а в область шеи.

Составляются словари жестов, содержащие сведения об особенностях употребления эмблем, о методах их исследования и пр. (Д. Моррис с соавторами [D. Morris et al., 1979];

Р. Зайтц с соавторами [*R. Saitz et al.*, 1972]).

Семантическое поле эмблем ограничено. Круг значений жестов, описанных Д. Моррисом с соавторами, в основном исчерпывается выражением физического или душевного состояния, регуляцией межличностных отношений и оценочной реакцией на себя и других людей. В эти три области значений входит 80 и более процентов всех жестов. При этом эмблемы, относящиеся к контролю межличностных отношений, находятся в списке значений на первом месте.

Особенности жестов-эмблем: одна эмблема может иметь несколько значений сразу; не имеют эмблем-синонимов; не происходят от других эмблем; возникают как заместители слова или действия; эмблемы с одним и тем же значением могут употребляться на достаточно обширных территориях, населенных разноязычными народами. Выступая в качестве своеобразного языка эсперанто, они функционируют не как простые заместители слов, а как самостоятельные носители значений.

Жестикуляция – это сложная и интенсивная кинетическая активность говорящего человека. Она возникает только тогда, когда человек активно разговаривает с другими людьми (А. Кендон). Речи соответствует определенный паттерн кинетического действия. Различные речевые единицы внутри реплики соотносятся с различными движениями рук. Таким образом, процесс речевого выражения осуществляется одновременно в двух формах активности: речевых органов и дви-

жений тела. При этом фразы жестикуляции предшествуют соответствующим речевым отрезкам, в связи с чем А. Кендон предполагает, что процесс речевого выражения (возникновение внутриречевого звена конкретного отрезка громкой речи) начинается одновременно с жестовым. Отмечается и определенная связь интонации высказывания с кинетической организацией поведения.

Жестикуляция становится более интенсивной в случаях эмоционального подъема или волнения говорящего, а также при его доминировании в процессе общения. Она усиливается и тогда, когда «обратная связь» со слушателем «не замыкается» на говорящем или он сам испытывает затруднения в объяснении чего-либо (П. Экман, В. Фризен). Она спонтанна и непосредственна, и человек обычно едва ли осознает, что он жестикулирует (в этом отличие жестикуляции от жестов-эмблем, которые произвольны и мотивированы).

Самостимулирующие жесты отражают кинетическую фильтрацию (Н. Фридман, В. Басси). Фильтрация определяется как внутренняя активность поиска и формирования образа. Она может быть связана с ограничением и исключением ограничения и сопоставления находят выражение в кинетической активности говорящего. При этом стратегиям ограничения и сопоставления соответствуют разные формы самостимуляции.

Постоянная самостимуляция и описательные движения рук говорящего на некотором расстоянии от своего тела слу-

жат компенсаторным механизмом саморегуляции, обеспечивающим говорящему определенную направленность мыслей в тех случаях, когда зрительные, слуховые и другие сенсорные сигналы недостаточно интенсивны или вообще отсутствуют.

При ряде психических заболеваний наблюдается изменение характера самостимулирующих жестов. Активная продолжительная самостимуляция свойственна больным с депрессивными состояниями; интенсивные прикосновения к руке отличают больных шизофренией. Для больных с агрессивными состояниями характерны короткие, сфокусированные и соритмичные паузам движения (у здоровых людей эти движения наблюдаются обычно в самом начале реплики и сопутствуют, вероятно, процессам планирования лексических и синтаксических аспектов речи (*A. Dittman, 1976*)).

Жесты-эмблемы, жестикуляция и самостимулирующие движения образуют вместе с громкой речью речекинетический комплекс, развитие которого заканчивается в юношеском возрасте. До этого возрастного периода различные жесты используются неодинаково. Так, самостимулирующие жесты предшествуют речи во всех возрастных периодах (4, 10 и 14 лет), объектные движения предшествуют речи только у детей 4 лет, в других возрастных группах эти жесты могут совпадать с началом речи.

С переходом к общению на неродном языке наблюдается видоизменение активности речекинетического комплекса

(S. Grand, 1976). Интенсифицируются все формы объектных жестов и более всего акцентирующие речь движения. Количество самостимулирующих жестов при этом уменьшается.

У людей, слепых от рождения, в общении преобладают не объектные движения, а разные формы самостимулирующих жестов (особенно часто – совместные движения кистей, что помогает сузить фокус внимания).

Высказывается предположение, что структура речи и жестов фило– и онтогенетически обусловлена.

Значение жестов:

- Жесты дают дополнительную к вербальной информацию о психическом состоянии партнера по общению, о его отношении к участникам общения и обсуждаемому вопросу, о желаниях, выражаемых без слов (жест – «знак возможного действия», как пишет В. Леви, 1991), или же о желаниях, остановленных самоконтролем (захотел встать, но только дернулся).

- Как правило, выражают отношение не к любой, а к эмоционально значимой информации; ритмически согласованные с интонацией, ударениями и паузами, жесты помогают сосредоточить внимание слушающего на тех или иных «ударных» частях высказывания.

- Могут провоцировать состояния и отношения партнеров по общению, так как могут оказывать на человека большее влияние, чем речь.

- Они молчаливы и могут быть использованы не только в

тех случаях, где употребление речи неудобно или запрещено, но также параллельно с речевым общением.

- Один жест может быть эквивалентен нескольким словам и требует меньшего времени для своего планирования и выражения; он удобен для выражений, которые могут производиться мимоходом, походя.

- Могут лучше восприниматься на расстоянии по сравнению с речью, особенно в условиях сильного шума.

- Не требуют ответа.

Не все жесты выполняют информативную функцию. Имеются и жесты-сорняки, не несущие никакой смысловой нагрузки: заламывание рук, кистей, пальцев, одергивание одежды, непроизвольное раскачивание, притоптывание ногой и т. п.

В настоящее время появилось большое количество книг по психологии, в которых рассматривается значение различных жестов как сигналов состояний, желаний, намерений, отношений человека к партнеру по общению и его предложениям. Создаются словари жестов, в которых каждый жест связывается с каким-нибудь одним проявлением поведения человека. Такой путь представляется не очень продуктивным, так как часто одни и те же жесты могут означать различные вещи. Например, наклон головы вперед и взгляд исподлобья могут говорить как об осуждении со стороны партнера по общению, так и о его смущении; мелкие жесты пальцев могут отражать и беспокойство, и скуку; позиция прямо про-

тив друга, лицом к лицу – интимность или агрессию; касание или потирание носа, век, уха – отрицание или нетерпеливость, желание что-то добавить; пускание курильщиком дыма вверх – самодовольство или согласие. Поэтому для психолога важнее знать комплекс жестов, характеризующих разные состояния субъектов. Именно по их сочетанию можно делать прогноз об этих состояниях, настроениях, намерениях людей.

Важно учитывать и то, что жесты имеют не только национальные различия, но и классовые. Бердвистл, например, признает, что в культуре США нет единого языка тела. Он отмечает, что язык тела, выявленный им на американцах среднего класса, может отличаться от такового людей из рабочего класса.

Слабым местом кинесики, отмечает Дж. Фаст (*J. Fast*, 1978), является неумение отделить значащее движение от незначащего, случайного. Почесывание носа, пишет он, может свидетельствовать о сомнениях человека. Но не исключено, что у него просто чешется нос. Когда женщина сидит в определенной позе («поза леди»), это может свидетельствовать о складе ее ума. Однако не исключено, что эта поза является результатом тщательной подготовки на курсах хороших манер, где учат очаровывать людей. Поэтому Дж. Фаст считает, что подходить к кинесике надо осторожно и изучать каждое телодвижение и каждый жест лишь с точки зрения всей структуры движения.

И все же общие трактовки жестов для людей из близких культур, очевидно, имеются. В связи с этим ниже приводится характеристика различных состояний человека, проявляемых в общении через различные жесты.

Значение различных жестов при общении дано в приложении.

Мимика

Мимика – это сокращение различных мышц лица для выражения своих переживаний и отношения к чему– или кому-либо. Для понимания состояния и намерений собеседника важно следить за его мимикой. Мимика является одним из средств экспрессивного проявления эмоций. Последние контролируются правым полушарием, и поэтому труднее скрыть эмоции именно на левой стороне лица. Правда, положительные эмоции отражаются более или менее равномерно на обеих сторонах лица, но отрицательные эмоции более отчетливо выражены на левой стороне. Особенно экспрессивны губы и глаза человека. Последние, например, могут характеризоваться широкой раскрытостью или суженностью, блеском или тусклостью (что зависит от количества слезной жидкости, кровенаполнения сосудов слизистой оболочки), величиной зрачка. «Брови и рот по-разному изменяются при различных причинах плача», – говорил Леонардо да Винчи, а Л. Н. Толстой описал 85 оттенков выражения

глаз и 97 оттенков улыбки.

Улыбка может выражать радость и доброжелательное отношение к человеку, поэтому писатель В. Солоухин справедливо отметил ее важную роль для взаимоотношений людей и их самочувствия: «Улыбка предназначена другим людям, чтобы им с вами было хорошо, радостно и легко. Это ужасно, если за десять дней тебе никто не улыбнулся и ты никому не улыбнулся тоже. Душа зябнет и каменеет». Однако улыбки бывают разные. Если человек допустил ошибку, он может виновато улыбаться, как бы прося извинения. Улыбка старшего может являться знаком одобрения поступка или действия ребенка. Улыбка может выражать дружелюбие, стремление войти в контакт. Но она может отражать и сарказм, иронию, и лицемерное дружелюбие, и превосходство человека (снисходительная улыбка). Улыбка может быть «дежурной», по сути обозначая безразличное отношение к человеку. При заискивании у человека может проявляться чрезмерная улыбчивость. Улыбка, сопровождаемая поднятием бровей, обозначает, как правило, готовность подчиниться, а улыбка с опущенными бровями выражает превосходство и стремление осуществлять социальный контроль (И. Атватер, 1983).

Неоднозначность толкования мимики относится и к другим выражениям лица: разлету бровей, движениям глазных яблок, прищуру век и т. п. Мимика может иметь универсальный характер (например, опущенные уголки губ свидетель-

ствуют об отрицательных эмоциях, переживаемых человеком: гнев, презрении, страдании) и специфичный (например, суженные глазные щели при презрении и страдании). С другой стороны, одно и то же состояние может выражаться разными неспецифическими мимическими средствами. Так, гнев и радость могут выражаться как суженными, так и широко раскрытыми глазами. В этом случае для правильного распознавания эмоции требуются дополнительные признаки. Простые мимические признаки входят в состав мимических симптомокомплексов, отражающих различные сочетания положения глаз, губ, век, бровей (рис. 2.2), подвижность лица и его частей. Оpozнание эмоций зависит от участия в их отражении многих лицевых мышц.

По выражению лица можно предугадать намерения человека. Если человек в процессе общения занимает агрессивно-жесткую позицию, то он обычно смотрит собеседнику прямо в глаза, широко открыв свои, губы у него твердо сжаты, брови нахмурены, часто он при этом говорит сквозь зубы, почти не двигая губами. Если человек расположен к контактам, взаимодействию, то у него может быть легкая улыбка, миролюбиво изогнутые брови, отсутствие морщин на лбу, взгляд из-под прикрытых век. Один из американских психологов говорит, что продавец может угадать то, что у покупателя на уме. Если глаза покупателя опущены к земле, а лицо отворачивается в сторону, сделка не состоится. Напротив, если рот расслаблен, без вынужденной улыбки, под-

бородок выставлен вперед, то много шансов на то, что покупатель обдумывает сделанное ему предложение. Если его взгляд на несколько секунд встречается с взглядом продавца и при этом он улыбается легкой боковой улыбкой, то это означает, что он склоняется на сторону продавца. Наконец, если покупатель опускает голову, склоняясь к продавцу, улыбается расслабленно с энтузиазмом – покупка действительно будет сделана.

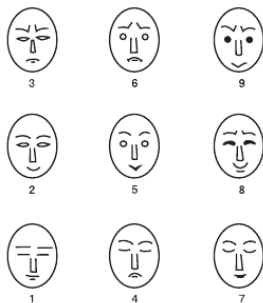


Рис. 2.2. Мимические симптомокомплексы

Дж. Фаст (*J. Fast, 1978*) отмечает, что из всех частей тела, которые используются для передачи информации, глаза являются самой важной и наиболее приспособленной для передачи наиболее тонких нюансов. Хотя глазное яблоко само по себе ничего не показывает, глаза оказывают эмоциональное воздействие благодаря тому, что они используются во взаимодействии с лицом. Они создали обманчивое представле-

ние о своих возможностях из-за того, что с помощью изменений в продолжительности взгляда, движения век, прищуривания и десятка других манипуляций, производимых кожей и глазами, можно передать почти неограниченное количество информации. Самым главным в управлении глазами является взгляд, который может быть мимолетным и упорным, настойчивым, скользящим по поверхности и острым, цепляющимся за каждый предмет, проникающим в душу, прямым и косым, взглядом украдкой, расчетливым или оценивающим, наблюдающим и спрятанным за прикрытыми ресницами.

Быстрый взгляд и опущенный взор говорят «Я тебе доверяю. Я тебя не боюсь» или что мы уважаем уединение человека и не думаем «глазеть» на него. С другой стороны, длительный, дольше времени, допустимого по нормам вежливости, взгляд используется, когда хотят «поставить человека на место». Длительный взгляд может означать осуждение, неодобрение (поведения, одежды, прически и т. п.).

Б. Аргайл (*Argyle, 1983*) рассматривает значение длительности контакта глаз общающихся друг с другом людей. Он в какой-то мере опровергает бытующее мнение, что люди, которые не смотрят нам в глаза, что-то скрывают. Он подсчитал, что люди смотрят друг на друга от 30 до 60% всего времени общения. Он также заметил, что если два человека во время разговора смотрят друг на друга больше 60% времени, то они, вероятно, более заинтересованы в самом себе.

седнике, чем в том, что они обсуждают (например, влюбленные или люди, готовые к драке). Б. Аргайл полагает также, что абстрактные мыслители стремятся к активному контакту глаз в отличие от тех, кто мыслит конкретными образами, потому что у первых больше способности к интегрированию поступающей информации и их труднее отвлечь.

Датский ученый Г. Нильсен выявил, снимая интервью на пленку, что человек, который чаще других глядел на своего интервьюера, отворачивался в сторону 27% всего времени, занятого беседой. Человек, который реже смотрел на интервьюера, бросал взгляды в сторону 92% времени. Половина людей смотрела в сторону 50% того времени, которое ушло на интервью. Он обнаружил также, что люди больше склонны к контакту глаз, когда они слушают, чем когда говорят. Они отводят глаза также тогда, когда задаются вопросом, от которого чувствуют себя неудобно, ощущают вину. Многие люди начинают говорить, глядя в сторону от своих собеседников. Г. Нильсен полагает, что таким образом люди стараются создать себе условия, чтобы их ничего не отвлекало от их речи.

Экслайн и Винтерс (*Exline, Winters, 1965*) показали, 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. Если речь идет о сложных вещах, на собеседника смот-

рят меньше, когда трудность преодолевается – больше (*Waid, Orne, 1981*). Вообще, тот, кто говорит, меньше смотрит на партнера – только чтобы проверить его реакцию и заинтересованность. Слушающий же больше глядит в сторону говорящего, «посылая» ему сигналы обратной связи (*Argyle, 1983*). Как показал Меграбян (*Mehrabian, 1972*), обмениваться взглядами очень важно для процесса общения и установления положительных отношений. В его эксперименте интервьюер брал интервью одновременно у двух человек, но смотрел преимущественно на одного. В результате тот, на которого смотрели больше, оценивал интервьюера более положительно, а тот, на кого смотрели мало, – более негативно, считая при этом, что то, что он говорил, было ему не интересно.

По данным Р. Экслэйна, женщины чаще смотрят на интервьюеров, чем мужчины. Когда людей спрашивали об их личных проблемах, они смотрели на интервьюера не столь часто, как в тех случаях, когда их спрашивали об отдыхе, интересе к литературе и спорту. Когда кто-то смотрел в сторону, это означало, что он еще не закончил свое объяснение и не хочет, чтобы его прерывали. Если его глаза скрещивались с глазами партнера по общению, то таким образом он подавал сигнал: «Вот что я хочу сказать. А что по этому поводу думаете вы?» Если слушающий собеседника человек глядит мимо него, то он подает сигнал: «Я не совсем удовлетворен тем, что вы сказали. У меня другое мнение». Воз-

можно и другая интерпретация: «Я не хочу, чтобы вы знали, что я думаю по этому поводу».

Бердвистл перечислил 23 различных положения века, которые легко могли идентифицировать пять женщин. Однако все они пришли к выводу, что лишь четыре положения века (глаза открытые, приспущенные веки, косящий взгляд и плотно закрытые глаза) имеют какой-то смысл и несут определенную информацию. Сами же женщины смогли воспроизвести только пять положений век. Мужчины же смогли воспроизвести десять таких положений, а некоторые – и пятнадцать.

Некоторые специалисты утверждают, что в отношении бровей существует 40 позиций, но лишь меньшая их часть имеет смысловое значение. Соединение же движений век, бровей и лба создает бесчисленное количество различных комбинаций.

Экспрессия лица наиболее информативна при передаче правдивой информации и наименее информативна при передаче лживой информации (*Mehrabian, 1972*). Следовательно, когда человек хочет скрыть свои переживания или намерения, лицо становится малоинформативным, так как мимика довольно хорошо контролируется человеком, а главным источником информации для партнера является тело.

Поза

Б. Аргайл (*B. Argyle, 1975*) приводит результаты одного исследования, в котором было показано, что по рисункам, изображающим группы людей, сидящих в различных позах, испытуемые без труда определяли взаимоотношения в группе этих людей. Точно так же определялись взаимоотношения между двумя людьми, когда в фильме без слов посетитель входил в контору, садился и начинал разговор со служащим (*Argyle, 1983*).

«Закрытые» позы (когда человек пытается закрыть переднюю часть тела и занять как можно меньше пространства; «наполеоновская» поза стоя; поза сидя, когда обе руки упираются в подбородок) воспринимаются как позы недоверия, несогласия, противодействия, критики или даже страха перед партнером. Открытые же позы (стоя, руки раскрыты ладонями вверх; сидя, руки раскинуты, ноги вытянуты) воспринимаются как позы доверия, согласия, доброжелательности, психологического комфорта. Поза критической оценки – это рука под подбородком, указательный палец вытянут вдоль виска. Если человек заинтересован в общении, он в положении сидя наклоняется вперед к собеседнику, если не очень заинтересован – откидывается назад (*Argyle, 1975*).

Человек, желающий заявить о себе, будет стоять прямо, с развернутыми плечами, иногда упершись руками в бедра;

человек, которому не нужно подчеркивать свой статус и положение, будет расслаблен, находиться в непринужденной позе (*Darley et al.*, 1981).

Походка

По походке можно легко распознать эмоциональное состояние человека. Монтепэр с соавторами (*Montepare et al.*, 1987) выявили, что когда человек счастлив, он «летит», у него более частые и легкие шаги, а когда страдает – он при ходьбе почти не размахивает руками. Самая «тяжелая» походка – при гневе, а самая большая длина шага – при гордости.

Другие невербальные средства общения

Общение действиями включает: 1) показ двигательных действий при обучении;

2) движения, выражающие отношение к собеседнику (например, аплодисменты);

3) *прикосновения*: похлопывание собеседника по плечу или по спине в знак одобрения его действий, рукопожатие, говорящее об учтивости, и т. д. Прикосновение может быть нежным или уверенным, небрежным или страстным, кратким или продолжительным. То, как мы прикасаемся к другим, может быть знаком нашей власти, эмпатии или понимания.

Люди отличаются по манере прикасаться к другому человеку и по реакции на спонтанные прикосновения окружающих. Некоторым нравится, когда к ним прикасаются или они сами касаются других в разговоре, другим – нет...

Прикосновение, которое кажется одному человеку нейтральным, другому может казаться интимным или угрожающим. Прикосновение, считающееся нормальным в общении с глазу на глаз, может смутить человека, если он находится в общественном месте или в большой группе людей. Таким образом, прикосновение может восприниматься позитивно или негативно.

Как пишут Гудикунст и Ким (*Gudykunst, Kim, 1997*), различия в манере прикасаться к другим людям в значительной степени зависят от культуры. В некоторых культурах довольно распространены близкий контакт и прикосновения, в других же люди уважают личное пространство другого и частые прикосновения не поощряются. Латиноамериканские страны и страны Средиземноморья – это культуры с высоким уровнем контактности, культуры Северной Европы характеризуются средним или низким уровнем контакта, а азиатские культуры – это по большей части культуры с низкой степенью контактности.

Вердербер Р., Вердербер К., 2007, с. 91, 93.

Предметные средства общения. К неречевым средствам общения относится обмен вещами. Вручение подарков, на-

граждение победителей призами тоже относится к предметным средствам общения.

Кодово-символическое общение осуществляется при обучении и инструктировании с помощью схем, формул, графиков.

* * *

Как отмечает Б. Ф. Ломов (1984), «соотношение вербальных и невербальных средств общения может складываться по-разному. В одних случаях они совпадают и усиливают друг друга; в других 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» (с. 265).

ГЛАВА 3

Факторы, обуславливающие эффективность общения

Эффективность общения определяется многими факторами (рис. 3.1). Одни из них управляемы и поэтому могут специально организовываться для того, чтобы цель общения была достигнута с наибольшей вероятностью. Другие факторы неуправляемы, по крайней мере в момент общения, и поэтому должны лишь учитываться при построении стратегии и тактики общения.



Рис. 3.1. Факторы, обуславливающие эффективность общения

3.1. Внешние факторы общения

К внешним факторам общения относятся: ситуация, в которой проходит общение, обстановка общения, личность партнера по общению, социально-психологические особенности коллектива, наличие общего тезауруса у партнеров по общению.

1. **Ситуация общения** во многом определяет и характер, и эффективность общения. Одно дело – общаться в спокойной ситуации, другое дело – в напряженной или конфликтной ситуации. В последнем случае меньше возможностей реализовать цель общения, так как приходится сталкиваться с внутренним сопротивлением партнера по общению. В конфликтной ситуации усиливается роль психологических установок, предвзятости мнений; логические доводы воспринимаются плохо. С другой стороны, в напряженной ситуации, вызванной отсутствием информации для достижения значимой цели, общение руководителя с подчиненными может быть облегчено, так как последние ждут помощи извне, чтобы выйти из тупика.

2. **Обстановка общения.** Эффективность общения во многом зависит от того, в какой обстановке оно проходит. При этом в зависимости от целей общения обстановка должна меняться. Разговор по душам предполагает некоторую интимность обстановки (мягкая мебель, отсутствие других

людей, шума, оптимальная температура воздуха и т. д.). Для проведения деловых совещаний, обсуждения поведения подчиненного или ученика необходима строгая официальная обстановка.

Имеет значение и размещение партнеров. Например, общение между людьми, впервые вступившими в контакт, проходит легче и успешнее, если стулья, на которых они сидят, расставлены не в ряд, а свободно вокруг небольшого столика. Начальник, желающий вести с подчиненным интимную беседу, должен выйти из-за своего стола, так как в кресле за этим столом подчиненные привыкли уже иметь дело с авторитетом. И наоборот, если предстоит официальный разговор, то интимная обстановка и выход начальника из-за стола только помешают этому.

3. Особенности коллектива тоже влияют на эффективность общения. Ведь каждый его член является представителем какой-то социальной группы. Если группа является зрелой в социальном отношении, то воздействия руководителя или педагога оказываются более эффективными.

Социальный статус подчиненных и учащихся по отношению к руководителю и педагогу ниже, что придает процессу общения между ними субординационную окраску. Руководитель и педагог обладают правом не только убеждения, но и приказа, распоряжения, принуждения. Однако это не может служить основанием для проявления ими высокомерия. Несмотря на неравенство в социальном статусе, взаимо-

отношения между руководителем (педагогом) и подчиненными (учащимися) должны быть гуманными. Занимающий высокий статус должен видеть в подчиненном прежде всего человека, требующего к себе уважения и внимания. Общественное высококачественное является психологическим барьером, возникающим по вине руководителя или педагога.

4. Наличие общего тезауруса. Тезаурус – запас слов, которым обладает данный человек. Совпадение тезауруса у партнеров общения означает, что они разговаривают друг с другом «на одном языке». Особенно это важно при употреблении специальных слов, связанных с той или иной профессией. Проблема в том, что в каждой профессии имеются слова, сходные по звучанию с нашей обычной речью, но имеющие специфическое смысловое содержание (семантику). Неучитывание этого может приводить к казусам. Известна, например, команда при ходьбе строем «Взять ногу!». Но на уроке физкультуры в младшем классе эта команда была воспринята школьниками буквально и во время ходьбы они действительно пытались рукой взять ногу. Или пример, который привел А. А. Ивин (1983) в отношении нарушения логики приказа: «Бригадиру строителей надо было поправить балконную стойку, покривившуюся на видном месте. Он влез туда вместе с молодым рослым парнем – новичком на стройке, поддел стойку ломом и приказал:

– Бей по ребру!

Парень удивился и спросил:

– Ты что, с ума сошел?

– Бей по ребру, так тебя!.. – закричал бригадир и добавил несколько крепких слов. Тогда парень размахнулся и ударил бригадира кувалдой по ребрам. Бригадир птицей полетел с третьего этажа, к счастью, в сугроб.

Суд новичка оправдал, а в частном определении указал: «Прежде чем отдавать команды, надо объяснять, что они означают» (с. 10).

3.2. Умение слушать, что говорят другие

Слушание состоит из восприятия, осмысления и понимания. Когда мы невнимательно слушаем собеседника, один из этих психических процессов нарушается. Поэтому «слушать» и «слышать» – не одно и то же. Как говорил Лабрюйер: «Талантом собеседника отличается не тот, кто охотно говорит сам, а тот, с кем охотно говорят другие» (1974, с. 263). Поэтому очень часто общение неэффективно вследствие того, что общающиеся люди слышат только сами себя. В этом случае общение принимает характер, соответствующий выражению «в одно ухо влетело, в другое вылетело».

Обычно люди обращают внимание на то, что соответствует их интересам, потребностям. Собеседники же часто говорят о том, что интересно или важно для них. Поэтому умение слушать связано с произвольным сосредоточением внимания на речи собеседника. Добиться этого можно тремя ме-

тодами (Р. Вердербер, К. Вердербер, 2007, с. 127):

1. *Физически и психологически готовиться к слушанию.* Умеющие хорошо слушать принимают позу слушателя. Например, когда слушателю известно, что прозвучит важная информация, он выпрямляется, слегка подается вперед, замирает и смотрит прямо на говорящего. Это помогает сфокусировать внимание на важной информации и заблокировать всплывающие в сознании посторонние мысли.

2. *Полностью переключиться с роли говорящего на роль слушающего.* Общение не строится на монологах. Человек в процессе общения постоянно меняет роли с говорящего на слушающего. Слушая собеседника, он заранее начинает подготавливать ответ и ждет момента, чтобы вставить свою реплику.

При этом эффективность слушания резко снижается. Поэтому переключение с роли говорящего на роль слушающего требует постоянных и продолжительных усилий, особенно во время спора. 3. *Выслушать, прежде чем реагировать.* Часто слушающий прекращает слушать прежде, чем собеседник закончит говорить, потому что «знает», что тот хочет сказать, хотя это знание – не более чем предположение. Поэтому надо выработать у себя привычку дотерпеть слушание собеседника до конца его речи.

«Слышание» партнера зависит и от того, насколько мы хотим его понять. «Понимание – это точная расшифровка сообщения путем присвоения ему правильного значения» (Р.

Вердербер, К. Вердербер, 2007, с. 128). Американский ученый Келли (С. Kelley, 1975) выделяет два вида слушания: *направленное критическое* и *эмпатическое*. Цель в обоих видах слушания одна – понять партнера и отнестись как-то к его сообщению. Однако пути достижения этой цели разные. В первом случае слушающий сначала критически анализирует сообщение, а потом уже его «понимает». Во втором случае слушающий сначала пытается понять, что говорит партнер, а уже потом проводит критический анализ услышанного. По мнению Келли, только эмпатическое слушание позволяет достичь полного взаимопонимания. В действительности эмпатического слушания недостаточно для полного и правильного взаимопонимания. Нужно *активное, рефлексивное* слушание, в процессе которого партнеры проверяют и уточняют свое понимание, совместно выясняют степень его адекватности.

Технические приемы эффективного слушания (И. Аватер, 1984)

1. Выявите свои привычки слушания, сильные и слабые стороны, характер допускаемых ошибок. Не слишком ли быстро вы судите о людях? Часто ли перебиваете собеседника? Какие помехи общения характерны для ваших ответов? Какие из них наиболее часто повторяются? Знание своих привычек – это первый шаг к их совершенствованию.

2. Не уходите от ответственности за общение. Она обоюдна, поскольку в общении участвуют двое, причем

выступают в роли слушающего попеременно. Умейте показать собеседнику, что вы действительно слушаете и понимаете его. Этого можно добиться уточняющими вопросами, активными эмоциями. Как может партнер узнать, что понят, если ему не сказать об этом?

3. Будьте внимательны. Умейте поддерживать с говорящим визуальный контакт, но без назойливости и пристального взгляда (что подчас воспринимается как враждебность). Следите, чтобы ваши позы и жесты свидетельствовали: вы его слушаете. Помните, что он хочет общаться с внимательным живым человеком.

4. Умейте сосредоточиваться на том, что говорит участник диалога. Это требует сознательных усилий, поскольку сосредоточенное внимание удерживается недолго (менее одной минуты). Старайтесь до минимума свести ситуационные помехи (телевизор, телефон). Не допускайте «блуждания» мыслей.

5. Стремитесь понять не только смысл слов, но и чувства собеседника. Помните, что люди передают свои мысли и чувства «закодированными» в соответствии с принятыми социальными нормами.

6. Умейте быть наблюдательным. Следите за неречевыми сигналами говорящего (поскольку на эмоции приходится большая часть общения) и выражением лица: как он смотрит на вас, как поддерживает контакт, как сидит или стоит, как ведет себя во время разговора. Соответствуют ли неречевые сигналы собеседника его речи или противоречат ей?

7. Придерживайтесь одобрительной реакции по

отношению к излагающему свою мысль. Ваше одобрение помогает ее точнее выразить. Любая отрицательная реакция с вашей стороны вызовет у того, с кем вы общаетесь, защитную реакцию, неуверенность, настороженность.

8. Прислушайтесь к самому себе. Ваша озабоченность и эмоциональное возбуждение мешают слушать партнера. Если его речь и поведение затрагивают ваши чувства, постарайтесь выразить их: это прояснит ситуацию, устранил помехи в диалоге.

9. Помните, что часто цель обращающегося – получить от вас что-то реальное, или изменить ваше мнение, или заставить вас сделать что-либо. В этом случае действие – лучший ответ собеседнику.

Обозов Н. Н., 1991, с. 11-12.

Выделяют четыре вида активных ответных реакций в общении, обеспечивающих рефлексивное слушание: 1) выяснение, 2) перефразирование, 3) отражение эмоций и чувств и 4) резюмирование.

Выяснение – это обращение к собеседнику с целью уточнения его слов, собственного понимания и т. д. Перефразирование – это переформулировка того, что сообщают своими словами для проверки понимания или же с целью направления разговора в нужную сторону (так как перефразирование может затрагивать не все сообщение, а только его часть). Перефразирование может помочь не только слушающему, но и говорящему лучше понять, что же он хотел сказать и что он

в действительности сказал.

Отражение эмоций и чувств партнера направлено на выяснение правильности его эмоционального состояния. Для говорящего это показывает, что его понимают, а слушающий осознает суть происходящего. Резюмирование – это подытоживание основных идей и чувств говорящего.

Рефлексивное слушание эффективно только в том случае, если оно базируется на эмпатийном слушании, т. е. если мы сначала попытались понять, услышать собеседника. Если же приемы рефлексивного слушания применяются на основе априорного знания того, что хочет сказать партнер, т. е. на основе *предубежденного* слушания, то вряд ли взаимопонимание будет установлено. Поэтому часто «неумение слушать» есть не что иное, как нежелание слушать собеседника.

Такое нежелание слушать может быть вызвано *ситуацией общения*. Например, при общении с хорошо знакомыми людьми нередко возникает иллюзия, что внимательно слушать их нет необходимости, поскольку мы наперед знаем все, что они могут сказать и подумать, поэтому мы их и так поймем правильно. Такая позиция «слушания вполуха» всегда приводит к потере важной информации и росту взаимного непонимания.

Часто мы невнимательно слушаем собеседника из-за отсутствия терпения. Собеседник, по нашему мнению, слишком долго подходит к сути разговора. Мы раздражаемся: нам кажется, что на его месте мы говорили бы короче (и, возмож-

но, это действительно так и было бы). Однако в этой ситуации надо проявить снисходительность к манере разговора собеседника, так как иначе он разговаривать не умеет.

Другая ситуация – фиксация на собственных проблемах и невнимательное отношение к другим людям. В этом случае человек лишь имитирует внимание к собеседнику, делает вид, что слушает, а на самом деле думает о своем, не имеющем отношения к теме разговора.

Мешает слушанию и слишком большое внимание, уделяемое внешности собеседника, его манерам, недостаткам речи – бормотанию, заиканию, монотонности.

Наконец, «неумение слышать» может быть связано с расхождением взглядов и непримиримой позицией собеседников, испытывающих друг к другу враждебность и проявляющих вследствие этого негативизм в отношении получаемой информации.

Слушая, надо:

- Забыть личные предубеждения против собеседника.
- Не спешить с ответами и заключениями.
- Разграничивать факты и мнения.
- Следить за тем, чтобы ваша речь была предельно ясной и точной.
- Быть беспристрастным в оценке того, что вы услышали от собеседника.
- Действительно слушать, а не делать вид, будто слушаете, не отвлекаться на посторонние мысли.

- Вступая в беседу, не считать, что уже имеешь непоколебимую позицию.
- Настроить себя на волну внутренней заинтересованности в теме беседы или спора.
- Выделить для себя главные мысли собеседника и постараться правильно понять их.
- Быстро сопоставлять полученную информацию с собственной и сразу мысленно возвращаться к основному содержанию беседы.
- Даже оставаясь всего лишь внимательным слушателем, не высказывающим собственного мнения, тем не менее быть активным, а не пассивным участником беседы, обсуждения, спора.
- За время беседы постараться в паузах два-три раза мысленно обобщить услышанное.

Р. Вердербер и К. Вердербер (2007) приводят резюме характеристик хорошего и плохого слушателя (табл. 3.1).

Таблица 3.1. Характеристики хорошего и плохого слушателя

Характеристики	Хорошие слушатели	Плохие слушатели
Сосредоточение	Внимательны к важной информации. Подготавливаются физически и психологически. Слушают объективно, вне зависимости от эмоциональной значимости. Слушают по-разному, в зависимости от значимости ситуации	Могут не слушать, что им говорят. Сидят, развалившись, смотрят в окно и позволяют себе мысленно отвлекаться. Замечто реагируют на эмоциональную речь. Слушают одинаково вне зависимости от типа информации
Понимание	Приписывают сказанному правильное значение. Обращают внимание, каковы цель, ключевые пункты и подтверждающая информация. Задают продуманные вопросы, превосходящая информация. Применяют парафраз, чтобы проверить свое понимание информации. Ищут скрытое значение в невербальных сигналах	Слышат сказанное, но или не способны понять, или понимают неправильно. Не уделяют внимания способу организации информации. Не способны превосходить информацию. Редко осмысливают полученную информацию или не делают этого никогда. Игнорируют невербальные сигналы
Запоминание	Сохраняют информацию. Повторяют ключевую информацию. Мысленно создают мнемонические приемы запоминания для списка слов или идей. Делают заметки	Интерпретируют информацию точно, но забывают ее. Считают, что запомнят и так. Редко выделяют какую-либо информацию как особенно важную. Полагаются только на память
Оценка	Слушают критически. Разделяют факты и умозаключения. Анализируют умозаключения	Слушают и понимают, но не способны взвесить и оценить услышанное. Не видят разницы между фактами и умозаключениями. Принимают информацию как она есть
Эмпатическая реакция	Говорят слова утешения и поддержки. Дают альтернативную интерпретацию	Глухи к радости или горю, меняют тему разговора

Важно уметь не только слушать, но и *слышать* то, что собеседник сообщает, т. е. правильно понимать и интерпретировать полученную информацию. Этому, однако, может помешать ожидание получения от собеседника информации определенного содержания. Это может значительно исказить понимание того, что сказал собеседник.

Однажды в лабораторию физиологии труда, где я работал некоторое время, пришел корреспондент молодежной газеты в поисках информации с «передового края науки». Заведующий лабораторией посоветовал корреспонденту поговорить с аспирантом, который изучал влияние представлений о движениях на изменение биотоков в мышцах, т. е. идеомоторный акт. Через две недели мы прочли в газете заметку этого

корреспондента, который писал, что молодой ученый такой-то изучает вопрос о том, как по биотокам в мышце можно читать мысли человека.

Этот феномен, когда человек слышит не то, что говорят, а что он хочет услышать, получил название «ошибки интервьюирования».

* * *

Эффективность общения зависит от имеющихся у людей психологических установок, их возрастных и половых характеристик, морально-политического облика (убеждения, мировоззрения, идеалы, отношение к природе, к труду, учению, культуре, к другим людям и к самому себе), уровня интеллектуального развития, интересов, склонностей, степени внушаемости, коммуникабельности, т. е. легкости установления контактов с другими людьми.

Для эффективного общения имеют значение и другие особенности личности, которые мы рассмотрим более подробно в главе 4.

3.3. Манеры (стили) общения

Манера общения имеет большое значение для его эффективности. Тон обращения (спокойный, властный, вкрадчивый, взволнованный и т. п.), поведение (сдержанность, бес-

покойство, неуверенность, скованность мимики и движений и т. п.), даже расстояние между общающимися могут многое сказать о характере общения. Например, выявлено, что между общающимися могут быть четыре дистанции: интимная, личная, социальная и публичная. Первые две свидетельствуют о том, что общающиеся являются близкими знакомыми, друзьями; социальной дистанции придерживаются люди, вступающие в официальные контакты; публичная дистанция имеет место между чужими людьми. Изменяя расстояние, можно добиваться дополнительного воздействия на партнера по общению, так как этим изменяется установка на манеру общения, характер отношения между партнерами.

Во время разговора не рекомендуется смотреть на посторонние предметы – это отвлекает, нервирует собеседника. Нужно чаще смотреть в глаза собеседнику, особенно если им является женщина (они больше нуждаются в обратной связи, чем мужчины). Не следует прерывать партнера в разговоре или споре, нужно дать ему возможность высказаться до конца.

В. А. Кан-Калик (1987) описал следующие стили общения:

1. «Совместное творчество»: ставятся общие для общающихся цели, решения отыскиваются совместными усилиями.
2. «Дружеское расположение»: основан на искреннем интересе к личности партнера по общению, уважительном к

нему отношении, открытости контактам.

3. «Заигрывание»: основан на стремлении завоевать ложный, дешевый авторитет у партнера по общению, понравиться аудитории.

4. «Устрашение»: следствие неуверенности лица с более высоким статусом, чем у партнера по общению, или же результат неумения организовать общение на основе продуктивной совместной деятельности. Такое общение жестко регламентировано, загнано в формально-официальные рамки.

5. «Дистанцированность»: этот стиль имеет различные вариации, но суть его состоит в подчеркивании различий между партнерами по общению, и эта разница связана со служебным, социальным положением, возрастом и т. д.

6. «Менторство»: разновидность предыдущего стиля, когда один из партнеров («бывалый») принимает на себя роль наставника и беседует с другим назидательно-покровительственным тоном.

Манера общения во многом зависит от того, с кем общаешься, какой у него возраст, пол, социальный статус. Это хорошо подметил Н. В. Гоголь:

«Надобно сказать, что у нас на Руси, если не угнались еще кой в чем другом за иностранцами, то далеко перегнали их в умении обращаться. Пересчитать нельзя всех оттенков и тонкостей нашего обращения... Француз или немец век не смекнет и не поймет всех его особенностей или различий. Он почти тем же голосом и тем же языком станет говорить

и с миллионщиком, и с мелким табачным торгашом, хотя, конечно, в душе поподличает в меру перед первым. У нас не то. У нас есть такие мудрецы, которые с помещиком, имеющим двести душ, будут говорить совсем иначе, нежели с тем, у кого их триста...» (*Гоголь Н. В. Избранное: В 2 т. – М.: Художественная литература, 1973. Т. 2. С. 34*).

ГЛАВА 4

Свойства личности, влияющие на эффективность общения

Некоторые свойства личности существенно влияют как на цели и процесс общения, так и на его эффективность. Одни из них способствуют успешному общению (экстравертированность, эмпатийность, толерантность, мобильность), другие его затрудняют (интровертированность, властность, конфликтность, агрессивность, застенчивость, робость, ригидность).

4.1. Экстравертированность – интровертированность

Экстраверсия – интроверсия (от лат. *extra* – «вне», *intro* – «внутри», *versio* – «разворачивать, обращать») – характеристика типических различий между людьми, крайние полюсы которой соответствуют преимущественной направленности человека либо на мир внешних объектов (у экстравертов), либо на собственный субъективный мир (у интровертов).

Термины «экстраверт» и «интроверт» были в английских словарях уже с 1755 г. Однако в научный обиход понятие «экстраверсия – интроверсия» было введено К. Юнгом в на-

чале XX в. для обозначения двух противоположных типов личности, отличающихся своей своеобразной установкой по отношению к объекту: положительной – у экстраверта и отрицательной – у интроверта. При этом К. Юнг подчеркивал, что у каждого человека имеются черты как экстравертированного, так и интровертированного типа. Различие же между людьми состоит *в соотношении* этих черт: у экстраверта преобладают одни, а у интроверта – другие.

Ганс Айзенк (*H. Eysenk, 1967*) выдвинул предположение о том, что люди делятся на тех, кто обладает высокой активацией (интроверты), и тех, кто имеет низкую активацию (экстраверты). Первые склонны сохранять имеющийся уровень активации, поэтому избегают социальных контактов, чтобы не допустить его повышения. У вторых, наоборот, имеется стремление повышать свой уровень активации, поэтому им требуется стимуляция извне; они охотно идут на внешние контакты.

Деление людей на типы экстравертов и интровертов осуществляется с учетом таких качеств, как коммуникабельность, разговорчивость, честолюбие, напористость, активность и ряд других.

Интроверты скромны, застенчивы, склонны к уединению, предпочитают книги общению с людьми. Они сдержанны, сближаются только с немногими, поэтому имеют мало друзей, но преданы им. Экстраверты, наоборот, открыты, обходительны, приветливы, общительны, находчивы в разговоре,

имеют много друзей, склонны к вербальному общению, не любят уединенное чтение или учебу. Они коммуникабельны, разговорчивы, честолюбивы, напористы и активны. Даже если экстраверты спорят, они допускают влияние на себя. Экстраверты внушаемы, доступны влиянию других лиц, часто жертвуют собой ради других.

Интроверты медленно устанавливают связи и трудно входят в чуждый им мир эмоций других людей. Они с трудом усваивают адекватные поведенческие формы и поэтому часто кажутся «неловкими». Их субъективная точка зрения может оказаться сильнее объективной ситуации.

Из-за более тщательного обдумывания своей речи интровертами у них по сравнению с экстравертами речь замедлена, с длительными паузами.

Экстравертный собеседник

Весьма расположен к общению как таковому, это его стихия. Там, где нет людей, нет возможности поговорить, он по-настоящему скучает, томится. Направленность на партнерство у него почти постоянная; легко ли, тяжело ли на душе. Легко – значит тянет с кем-нибудь пообщаться; тяжело – значит надо кому-нибудь излить свои горести. Подчеркнем: ему нужен скорее кто-нибудь, чем кто-то конкретный, хотя, разумеется, он, как и все, одних собеседников предпочитает другим. И все же, если нет рядом предпочтительного, он может обратиться и к совершенно незнакомому человеку.

Дело в том, что в его представлении собственное Я и Я другого человека довольно сходны. Он не считает, что кто-либо может его не понять (тут он скорее подумает: «Может, но не хочет»). Сам он так же искренне уверен в своей способности понять любого. А когда тот не соответствует его умозаключениям и прогнозам, экстраверту кажется, что партнер что-то «напускает на себя», «темнит», «интересничает». Ему непонятно, например, как это другой человек не желает общения. Он однозначно толкует такую позицию партнера как враждебную или обиженную и... бросается за объяснениями: что случилось? что не так? кто обидел?

Он отображает вас при контакте прежде всего с точки зрения вашей коммуникабельности (или некоммуникабельности), делая из этого все прочие выводы о вас и о том, как вы к нему относитесь. Все, что ему понятно в вас, он умеет воспринять сочувственно; поэтому он импонирует вам непосредственной теплотой, готовностью помочь. Однако его дружелюбие поверхностно и не слишком стойко. Одни и те же лица его, по правде говоря, тяготят – ему требуется разнообразие.

Он любопытен, и в первую очередь – к людям: к их достоинствам и порокам, к явным и тайным сторонам их жизни. Ему доставляет удовольствие немного посплетничать. Но из этого не следует, что он откажется помочь человеку, о котором вчера говорил дурно или с насмешкой.

Полный внимания к окружающим, к их речам и одежде, поступкам и помыслам, он подсознательно и сознательно жаждет такого же внимания к себе. Чтобы привлечь внимание, он подчас становится эгоцентричным в высказываниях, готов даже на неблаговидную выходку – лишь бы заставить людей говорить о себе. Но это не значит, что он по-настоящему противопоставляет себя окружению. В конечном счете имеет место обратное: он, в сущности, стремится быть «как все», «не хуже других», и только этим объясняется его эгоцентричность. В случае ссоры он не держит камней за пазухой. Завтра он по-свойски обнимется с тем, с кем повздорил сегодня...

Добрович А. Б., 1987, с. 54-55.

О. П. Санникова (1982) изучала соотношение общительности с эмоциональностью человека. Она показала, что широкий круг общения, большая активность последнего в сочетании с ее недолговременностью характерны для лиц с положительными эмоциональными установками (доминированием эмоции радости), а узкий круг и малая активность общения на фоне устойчивости отношений – для лиц, склонных переживать отрицательные эмоции (страх, печаль). Первые более инициативны в общении. К аналогичному выводу пришли А. И. Крупнов, А. Е. Ольшанникова и В. А. Домодедов (1979). В результате корреляционного анализа ими была обнаружена связь между эмоцией радости и такими динамическими сторонами общения, как потребность в нем, его

инициативность, легкость, выразительность. Между астеническими эмоциями и активностью общения были выявлены отрицательные связи, в частности это касается корреляций между «гневом», «страхом» и легкостью и широтой круга общения.

Есть основание полагать, что экстраверсия – интроверсия в значительной степени зависит от врожденных особенностей человека, таких как свойства нервной системы. В лаборатории В. С. Мерлина выявлена связь высокой общительности со слабой нервной системой. А. К. Дроздовский (2008) на большой выборке подтвердил это. Кроме того, он показал, что экстраверсия связана с инертностью возбуждения и подвижностью торможения, а также с преобладанием торможения по балансу нервных процессов.

По данным Н. В. Бирюковой с соавторами (1976), обследовавших около 800 школьников с 1-го по 10-й класс, экстравертов больше среди мальчиков, а интровертов – среди девочек.

Л. Френсис и П. Пирсон (*L. Francis, P. Pearson, 1993*) приводят данные, из которых тоже следует, что экстраверсия несколько выше у мужчин (исключая постоянно посещающих церковь). Это подтверждается и данными отечественных исследователей (Р. К. Малинаускас, 2001; И. М. Никольская, 2001; А. И. Винокуров).

Интровертный собеседник

Для него непросто переход от внутреннего диалога

к реальному, к внешней коммуникации. Ведущая его особенность – несклонность к внешней коммуникации, непрочность внешне-коммуникативной установки. Это связано подчас с конституциональной (врожденной) спецификой его характера, но подкреплено также и опытом жизни, который гласит: «Им все равно меня не понять». И правда: им нелегко понять интроверта. Ведь переход работы его сознания во внешнекоммуникативный режим заметно затруднен. Поэтому слушатель то и дело вынужден вникать в причудливый и сложный ассоциативный мир интроверта и, недоумевая, пожимать плечами. Интроверт видит это и пытается помочь делу рефлексией. Он так усердствует в ней, страдая от своей коммуникативной «несостоятельности», что усиленная рефлексия вообще лишает его какой-либо свободы самовыражения!

И образуется порочный круг. Невозможно высказать то, что действительно думаешь, так как «не поймут». А при повышенном контроле высказывания получается так, что, вроде бы, и высказывать нечего либо высказываешься «не о том». Интроверту не остается ничего другого, как оставаться «в себе». Он тяготеет к контактам и предпочитает им книги, инструменты, коллекции, философские занятия. Он не делится радостями и горестями с другими, а переживает их «внутри себя». Для общения он выбирает двух-трех собеседников (обычно похожих на него самого), если только ему повезет найти их в своем окружении. Он

молчун, а если высказывается, то слишком «темно» или вразрез с общим мнением. Для него проблема – обратиться с элементарным вопросом к прохожему. Легче изучить план города, чем спросить дорогу.

Другой для него в какой-то мере загадочен, поскольку непохож на его Я. Неспособность разом, без напряжения, постичь другого как личность порождает у него подозрительность и тенденцию пристрастно толковать чужие поступки. Ваша теплота к нему воспринимается им настороженно, поскольку сам он еще очень не скоро ощутит в себе ответную теплоту. Поверхностный обмен знаками симпатии его попросту раздражает, и для него невыносимы «щебечущие кумушки» обоего пола.

Зато если он поверил вам, привязался к вам, это надолго. Долго, впрочем, он будет сторониться и тех, кто обидел или высмеял его. Дело здесь не в ригидности, ее может и не быть, а в сугубой уязвимости интроверта.

Он не любитель ежедневных встреч и разговоров на личные темы.

Добрович А. Б., 1987, с. 55-57.

4.2. Эмпатийность

Эмпатия (от греч. *pathos* – «сильное и глубокое чувство, близкое к страданию», *em* – префикс, означающий «направление внутрь») – такое духовное единение личностей, когда один человек настолько проникается переживаниями друго-

го, что временно отождествляется с ним, как бы растворяется в нем.

Эта эмоциональная особенность человека играет большую роль в общении между людьми, в восприятии ими друг друга, установлении взаимопонимания. Л. Н. Толстой считал, например, что лучший человек живет своими мыслями и чужими чувствами, а худший – своими чувствами и чужими мыслями. Посредине писатель располагал все разнообразие человеческих душ.

По мнению Т. П. Гавриловой (1981) и других психологов, эмпатия может проявляться в двух формах – сопереживания и сочувствия. Сопереживание – это переживание субъектом тех же чувств, которые испытывает другой. Сочувствие – это отзывчивое, участливое отношение к переживаниям, несчастью другого (выражение сожаления, соболезнования и т. п.). Первое, считает Т. П. Гаврилова, основано в большей мере на своем прошлом опыте и связано с потребностью в собственном благополучии, с собственными интересами; второе основано на понимании неблагополучия другого человека и связано с его потребностями и интересами. Отсюда сопереживание более импульсивно, более интенсивно, чем сочувствие. Мне все же представляется, что сочувствие не всегда отражает эмпатию, оно может выражаться даже бесстрастно, просто из вежливости («да, я понимаю, что это неприятно, но меня это не касается, не трогает»). Кроме того, Л. П. Калининский с соавторами (1981) считают, что при разделении

эмпатических реакций вернее было бы говорить не столько о критерии разнонаправленности потребностей, сколько о степени эмоциональной вовлеченности своего Я во время такой реакции. Они полагают, что сопереживание является больше индивидуальным свойством, так как связано с такой типологической особенностью, как слабость нервной системы, а сочувствие – личностным свойством, которое формируется в условиях социального обучения.

Т. П. Гаврилова обнаружила, что сопереживание, как более непосредственная концентрированная форма эмпатии, характерно в большей степени для младших школьников, а сочувствие, как более сложная, опосредованная нравственным знанием форма эмпатического переживания, – для подростков. Чаше выражается сочувствие, чем сопереживание.

Особенности личности с высокой степенью эмпатии. Как отмечает А. П. Василькова (1999), для проявляющих высокую степень эмпатии характерны мягкость, доброжелательность, общительность, эмоциональность, а для демонстрирующих низкую степень эмпатии – замкнутость, недоброжелательность.

По данным Дж. Сальзера и Р. Бергласа (*J. Sulzer, R. Burglass, 1968*), субъекты, которым свойственна высшая степень эмпатии, менее склонны приписывать людям вину за неблагоприятные события и не требуют особых наказаний за их проступки, т. е. проявляют *снисходительность*. П. Мартин и Т. Туми (*P. Martin, T. Toomey, 1973*) выявили, что

такие люди проявляют себя как полнезависимые. У тех, кто более склонен к эмпатии, меньше проявляется агрессивность (*Miller, Eisenberg, 1988*).

Факторы, влияющие на эмпатийность. Как показано Л. Мерфи (*L. Murphy, 1937*), проявление эмпатии детьми зависит от степени близости с объектом (чужой или близкий человек), частоты общения с ним (знакомый или незнакомый), интенсивности стимула, вызывающего эмпатию (боль, слезы), ее предыдущего опыта. Развитие эмпатии у ребенка связано с возрастным изменением его темперамента, эмоциональной возбудимости, а также с влиянием тех социальных групп, в которых он воспитывается.

Важную роль в формировании и развитии эмпатии играет эмоция печали. Детский плач вызывает у матери чувство сострадания, побуждает обратить на ребенка внимание, успокоить его. Точно так же воспоминание о печальном событии, случившемся с близким человеком, вызывает жалость и сострадание к нему, желание помочь (*Б. Мур и др. [B. Moor et al., 1984]*).

А. А. Бодалев и Т. Р. Каштанова (1975) выявили, что широкий круг общения со сверстниками положительно коррелирует со способностью к сопереживанию.

Половые особенности эмпатийности. По некоторым данным, женщины более склонны к эмпатии, чем мужчины (*Дж. Сидмэн J. Sidman, 1969*]).

Т. П. Гаврилова (1977) отмечает, что сопереживание

взрослым и животным чаще наблюдалось у мальчиков, а сочувствие – у девочек. По отношению же к сверстникам все оказалось наоборот: сопереживание чаще выражалось девочками, а сочувствие – мальчиками.

4.3. Властность

Акцентуация стремления человека к власти над другими людьми («*мотив власти*») приводит к такой личностной особенности, как властолюбие. Впервые потребность во властвовании стала изучаться неофрейдистами (А. Адлер [A. Adler, 1922]). Стремление к превосходству, социальной власти компенсирует естественные недостатки людей, испытывающих комплекс неполноценности. Стремление к власти выражается в склонности управлять социальным окружением, в возможности награждать и наказывать людей, принуждать к совершению определенных действий вопреки их желанию, контролировать их действия (не случайно Д. Верофф (J. Veroff, 1957) определил мотивацию власти как стремление и способность получать удовлетворение от контроля над другими людьми, от возможности судить, устанавливать законы, нормы и правила поведения и т. п.). Если контроль или власть над людьми теряется, это вызывает у властолюбца сильные эмоциональные переживания. В то же время он сам не желает подчиняться другим людям, активно стремится к независимости.

Доминантный собеседник

Когда он испытывает потребность обратиться к вам, его не слишком заботят соображения типа «уместно ли», «не помешаю ли», «поймут ли» и т. п. Если же это вы побудили его к контакту своим обращением, вопросом или просьбой, то он не чувствует себя по-настоящему обязанным отвечать. Ему присуща подсознательная уверенность: отвечать или не отвечать – «мое право».

Как бы он ни расценивал вас, положительно или отрицательно, он особенно остро схватывает те приметы вашего облика, из которых можно заключить: поддадитесь или не поддадитесь вы его влиянию. А он настроен непременно повлиять: если он силен физически – вызвать у вас робость, если умен – оставить впечатление превосходящего ума... Это у него получается произвольно, однако такую его настроенность вы, разумеется, отлично чувствуете по его осанке, мимике, взгляду.

Вы видите: он человек жесткий, напористый. Легко перебивает, зато, повышая голос, не даст вам перебить себя. Или, напротив, замолкнет, как бы вынуждая вас снова повторять свои высказывания. Если он что-либо объясняет вам, то «втолковывает» это и интересуется, верно ли вы его поняли. Если выслушивает ваши объяснения, непременно задаст уточняющие вопросы либо покажет, что уже все понял, так что можно больше не распространяться на обсуждаемую тему.

Ему очень нелегко признать свою неправоту, даже

если она очевидна. И он говорит: «Что ж. Это надо как следует обдумать.» Он решителен. Ему легко свернуть разговор на полуслове.

Если надо, он проявит при этом изысканную вежливость, но вы хорошо почувствуете: точка поставлена.

Констатация «этот человек доминантен» не должна содержать заведомо отрицательной оценки. Конечно, неумный и самовлюбленный «доминант» подчас невыносим. Но при известных оговорках люди данного склада весьма ценны: они умеют принимать решения и брать на себя ответственность за происходящее. Если же они наделены благородством и великодушием, то становятся любимцами в своей среде.

Как строить общение с доминантным человеком? Ему надо дать возможность выявления своей доминантности. Спокойно держитесь независимой точки зрения, но избегайте пресекать или высмеивать используемые им «силовые приемы». И тогда он постепенно умерит свой произвольный натиск. Если же вы активно осаживаете его, беседа переходит в ссору.

Добрович А. Б., 1987, с. 49-50.

Проявление «мотива власти» как личностной диспозиции заключается также в склонности обращать на себя внимание других, выделяться, привлекать сторонников, сравнительно легко поддающихся влиянию властолюбца и признающих его своим лидером. Властолюбцы стремятся занимать руководящие посты, но неважно чувствуют себя в групповой дея-

тельности, когда вынуждены следовать одинаковым для всех правилам поведения и тем более подчиняться другим.

4.4. Конфликтность и агрессивность

Нет необходимости объяснять отрицательную роль конфликтности и агрессивности для процесса общения, установления взаимопонимания между людьми и отношений между ними.

Конфликтность является сложным личностным качеством, включающим в себя обидчивость, вспыльчивость (гневливость), подозрительность.

Обидчивость как эмоциональное свойство личности определяет легкость возникновения эмоции обиды. У гордых, тщеславных, самолюбивых людей отмечается своего рода гиперестезия (повышенная чувствительность) осознания собственного достоинства, поэтому они расценивают самые обычные слова, сказанные в их адрес, как обидные, подозревают окружающих в том, что их намеренно обижают, хотя те даже и не думали об этом. Отдельный человек может быть особенно чувствителен в тех или иных вопросах, провоцирующих его обидчивость, с ними он обычно связывает наибольшую ущемленность собственного достоинства. Когда эти стороны оказываются задетыми, бурного ответного аффекта не избежать.

По данным П. А. Ковалева (1996), изучавшего самооцен-

ку обидчивости, в 3 возрастных группах из 5 она выше у девочек, чем у мальчиков.

Обидчивость, согласно выводам П. А. Ковалева, связана со склонностью к агрессивному поведению, причем такая связь более тесная у девочек по сравнению с мальчиками.

Вспыльчивость (гневливость). Гневливость имеет несколько характеристик:

- гневливый человек склонен воспринимать широкий спектр ситуаций как провоцирующие;
- гневливость как реакция характеризуется диапазоном от средневыраженного раздражения или досады до ярости и бешенства;
- это черта темперамента, которая проявляется и без связи с провоцирующей ситуацией.

Выявлено, что мужчины характеризуются более высоким уровнем проявления гнева, чем женщины (*Eckhard et al.*, 1995). Однако, как показано А. Ю. Степанян с соавторами (2007), у девочек-подростков раздражительность, подозрительность и чувство вины выражены сильнее, чем у мальчиков-подростков.

С. В. Афиногеновой (2007) показано, что вспыльчивость и обидчивость больше выражены у лиц женского пола и у фемининных по сравнению с андрогинными и маскулинными независимо от их биологического пола. Из этих данных следует, что *конфликтность*, включающая вспыльчивость и обидчивость, в среднем выше у фемининных лиц мужского

и женского пола, чем у андрогинных и маскулинных. Положительная связь обидчивости с фемининностью выявлена у женщин и Н. Ю. Жарновецкой (2007).

Агрессивность. Нужно отметить, что агрессивность как свойство личности и агрессивное поведение (форма проявления агрессии) – разные вещи, хотя часто в психологической литературе их отождествляют. Агрессивность – это склонность к агрессивному реагированию при возникновении фрустрирующей и конфликтной ситуации. Агрессия же – это поведение человека в этих ситуациях. В данном разделе речь пойдет только об агрессивности как свойстве личности.

По данным Н. Ю. Жарновецкой (2007), люди хорошо различают эту особенность человека, да и сам агрессивный воспринимает других как агрессивных. Это может служить своеобразным психологическим барьером, мешающим установлению нормальных отношений между общающимися, так как агрессивность рассматривается как враждебность.

По данным О. С. Баранник (1999), уже с дошкольного возраста у мальчиков больше выражена враждебность, чем у девочек.

Какие социальные факторы могут быть задействованы в процессе, делающем мальчиков более агрессивными, чем девочки? Один из них – склонность родителей играть с мальчиками более грубо, чем с девочками, и энергичнее порицать агрессивные действия последних. Кроме того, револьверы, танки,

ракеты и другие символические орудия уничтожения, часто получаемые мальчиками, на законной основе вносят элементы агрессии в повседневную жизнь и способствуют развитию агрессивного поведения. В течение дошкольного возраста дети, следуя гендерным схемам, начинают рассматривать агрессивность как маскулинную характеристику, и, к среднему детству, мальчики в большей степени, чем девочки, ожидают, что агрессивные действия принесут им выгоду, и в меньшей степени ждут неодобрения за акты агрессии со стороны родителей или сверстников... Таким образом, хотя биологические факторы и могут иметь определенное значение, очевидно, что половые различия в агрессивности в значительной степени зависят от половой типизации и обусловленных половой принадлежностью различий в социальном научении.

Шеффер Д., 2003, с. 727.

Это нашло подтверждение и в исследовании П. А. Ковалева (1996), изучившего этот вопрос на школьниках и студентах. Он выявил, что склонность к агрессии (склонность к неуступчивости, бескомпромиссность, напористость, мстительность) во всех возрастных группах выше у лиц мужского пола по сравнению с лицами женского пола.

А. И. Винокуров (1996) тоже отмечает большую агрессивность и напористость мужчин.

Большая агрессивность мужчин, установленная во многих исследованиях, некоторыми авторами оспаривается. Утвер-

ждается, например, что, во-первых, до шести лет различий в агрессивности между мальчиками и девочками нет, и во-вторых, женщины, обладая более выраженной эмпатией, тревожностью и чувством вины, подавляют у себя открытое проявление агрессивности там, где мужчины ее проявляют. На самом деле женщины не менее склонны к агрессии, если расценивают свои действия как справедливые или чувствуют себя свободными от ответственности.

Девочки более склонны к проявлению скрытых форм враждебности посредством пренебрежительного обращения с вызывающим антипатию человеком, его игнорирования или обесцениванием его социального статуса или взаимоотношений с ним (*Crick et al.*, 1997; *Crick, Grotpeter*, 1995).

П. А. Ковалев (1996) и Бьерквист с коллегами (*Bjorkqvist et al.*, 1992) показали, что косвенная вербальная агрессия (сплетни, клевета, злоязычие) более присуща женскому полу.

Выраженность агрессивности зависит не только от биологического пола, но и от психологического. С. В. Афиногорова (2007) установила, что степень выраженности различных сторон агрессивности (наступательность, неуступчивость, бескомпромиссность, мстительность и нетерпимость к мнению других) больше у маскулинных, чем у фемининных и андрогинных. То есть фемининные более склонны к ведению конструктивного диалога, чем маскулинные, которые стремятся жестко отстаивать свои позиции. Н. Ю.

Жарновецкая (2007) подтвердила данные, полученные С. В. Афиногеновой. Корреляционный анализ показал, что маскулинность положительно, а фемининность отрицательно связаны с самооценкой различных характеристик агрессивности.

4.5. Толерантность

В психологии *толерантность* (лат. *tolerantia* – терпимость) – это терпимость, снисходительность к кому– или чему-либо. Это установка на либеральное, уважительное отношение и принятие (понимание) поведения, убеждений, национальных и иных традиций и ценностей других людей, отличающихся от собственных. Толерантность способствует предупреждению конфликтов и установлению взаимопонимания между людьми.

Коммуникативная толерантность – это характеристика отношения личности к людям, показывающая степень переносимости ею неприятных или неприемлемых, по ее мнению, психических состояний, качеств и поступков партнеров по взаимодействию.

В. В. Бойко (1996) выделяет следующие виды коммуникативной толерантности:

- *ситуативная коммуникативная толерантность*: она проявляется в отношениях данной личности к конкретному человеку; низкий уровень этой толерантности проявляется в

высказываниях типа: «Терпеть не могу этого человека», «Он меня раздражает», «Меня все в нем возмущает» и т. п.;

- *типологическая коммуникативная толерантность*: проявляется в отношении определенного типа личности или определенной группы людей (представителей определенной расы, национальности, социального слоя);

- *профессиональная коммуникативная толерантность*: проявляется в процессе осуществления профессиональной деятельности (терпимость врача или медсестры к капризам больных, у работников сферы обслуживания – к клиентам и т. д.);

- *общая коммуникативная толерантность*: это тенденция отношения к людям в целом, обусловленная свойствами характера, нравственными принципами, уровнем психического здоровья; общая коммуникативная толерантность влияет на другие виды коммуникативной толерантности, которые рассмотрены выше.

Толерантность формируется путем воспитания.

4.6. Застенчивость

Как отмечает Ф. Зимбардо (1991), застенчивость – понятие весьма расплывчатое: чем пристальнее мы в него всматриваемся, тем большее число видов застенчивости обнаруживаем. По Ф. Зимбардо, застенчивость – это черта человека, связанная со стремлением избегать общения или укло-

няться от социальных контактов (*Ph. Zimbardo, A. Weber, 1997*). Такое определение не совсем точно отражает суть данной черты. Ведь то же самое можно сказать и про интроверта. В Оксфордском словаре застенчивость определяется как состояние стеснения в присутствии других людей. В «Словаре русского языка» С. И. Ожегова она характеризуется склонностью человека к робкому или стыдливому поведению в общении, в поведении. По мнению В. Джонса и Б. Карпентера (*W. Jones, B. Carpenter, 1986*), застенчивые люди описывают себя как неуклюжих, боящихся злых языков, не умеющих настаивать на своем, говорят, что они обречены на одиночество.

Застенчивость – явление распространенное. Согласно Ф. Зимбардо, 80% опрошенных им американцев ответили, что в какой-либо период своей жизни были застенчивыми. Примерно четверть респондентов назвала себя хронически застенчивыми. В последние десятилетия число американцев, признающих свою застенчивость, возросло с 40 до 50% (*Carducci, Zimbardo, 1995*). Как полагает В. Н. Куницына (1995), значительная часть взрослого населения нашей страны попадает в категорию застенчивых (30% женщин и 23% мужчин). У школьников таковыми являются от 25 до 35%.

Ф. Зимбардо утверждает, что мера застенчивости неодинакова у представителей разных культур. У японцев и у жителей Тайваня, например, она выше. У них же гораздо больше застенчивых мужчин, чем женщин. В Израиле, Мексике,

Индии, наоборот, более застенчивы женщины, а в США эти различия отсутствуют.

Генезис застенчивости. О том, что застенчивость – качество врожденное, в конце XIX в. писал лондонский врач Г. Кэмпбелл (*H. Campbell*, 1896). Однако и в наше время Раймонд Кэттелл (*R. Cattell*, 1946) рассматривал застенчивость как биологически обусловленную черту, связанную с возбудимостью нервной системы. По мнению автора, застенчивые люди (черта *H*) обладают высокой возбудимостью нервной системы и чувствительностью и потому особенно уязвимы для социального стресса. Это находит подтверждение в данных А. А. Баранова (2002), выявившего отрицательную корреляцию между силой нервной системы и застенчивостью. Это значит, что для застенчивых характерна слабость нервной системы, которая связана с высокой чувствительностью. Правда, данная корреляция была выявлена только у учителей, обладающих высоким профессиональным мастерством.

Дж. Чик (1984) тоже считает, что около 40% людей застенчивы от природы. У робких имеется определенная биологическая предрасположенность симпатической нервной системы, которая заключается в излишней чувствительности к конфликтам и угрозе.

Джереми Каган (*Kagan, Snidman*, 1991) занимался изучением застенчивости более десяти лет. Исследования с участием маленьких детей и младенцев показали, что одни дети охотно идут навстречу

незнакомым людям и объектам, а другие – нет. Каган различает детей, склонных к торможению (inhibited children), и детей, не склонных к торможению (uninhibited children). Одно из различий между ними – симпатическая реактивность (автономная активация); для детей, склонных к торможению, характерны более высокие ее уровни. Каган утверждает, что первые и вторые обладают разными порогами возбудимости миндалевидной железы и, соответственно, в одних случаях ее роль выражена более ярко, а в других – менее; все вышеописанные различия определяют предрасположенность к тому, чтобы у одних детей развивалась склонность к торможению, а у других – нет. Он обращает внимание на то, что дети, склонные к торможению, и дети, не склонные к торможению, не представляют просто два полюса одного и того же континуума – напротив, речь идет о двух отдельных типах разного генетического происхождения. Каган и его коллеги считают целесообразным рассматривать данное явление только как предрасположенность, а следовательно, необходимо учитывать также роль когнитивных факторов и факторов научения.

Френкин Р. Мотивация поведения. СПб., 2003, с. 231.

Д. Дэниэлс и Р. Пломин (*D. Daniels, R. Plomin, 1985*) считают, что застенчивость определяется как наследственностью, так и условиями воспитания. Они сравнивали 1-2-годовалых приемных детей с их родными и приемными родителями, а также детей этого же возраста в обычных семьях.

В последнем случае застенчивость ребенка напрямую была связана с низкой общительностью и интровертированностью матери. Подобное же наблюдалось и в семьях с приемными детьми, только в меньшей степени. Эта разница свидетельствует о социальном факторе. Но, с другой стороны, у приемных детей обнаружилось, что их застенчивость тесно связана с интровертированностью родных матерей, – факт, свидетельствующий о роли наследственности.

В работах психоаналитического толка застенчивость увязывается с отклонениями в развитии личности, когда нарушается гармония Ид, Эго и Супер-Эго. Д. Каплан (*D. Kaplan*, 1972), например, понимает застенчивость как результат ориентации Эго на самое себя (проявление нарциссизма). Он считает, что глубоко застенчивые люди склонны к фантазиям, доставляющим им большое удовольствие (т. е. к ярким и продолжительным мечтаниям – «снам наяву»). Но, как справедливо отмечает Ф. Зимбардо, все рассуждения психоаналитиков касаются патологической застенчивости. Поэтому вряд ли они могут объяснить возникновение нормальной черты.

Трудности изучения генезиса застенчивости связаны с тем, что эта особенность личности близка к боязливости, а смущение – к страху. Поэтому некоторые авторы стараются не пользоваться термином «застенчивость», а говорят о феномене поведенческого торможения или сдерживания (Д. Каган и др. *J. Kagan, J. Reznick, N. Snidmann*, 1988]). Выявле-

но, что данный феномен устойчиво проявляется с 21 месяца жизни ребенка до 5,5 лет.

Особенности личности застенчивых. У застенчивых людей часто бывает самосознание, сконцентрированное на производимом впечатлении и на социальных оценках. П. Пилконис и Ф. Зимбардо (P. Pilkonis, Ph. Zimbardo, 1979) нашли, что застенчивые люди обладают меньшей экстравертированностью, слабее контролируют свое поведение в ситуациях социального взаимодействия и более озабочены взаимоотношениями с окружающими, чем не испытывающие застенчивости. У мужчин такая личностная особенность, по данным авторов, коррелирует с нейротизмом. Среди застенчивых женщин подобная связь отмечается только у тех, кто склонен к самокопанию. И. С. Кон (1989) полагает, что застенчивость обусловлена интроверсией, пониженным самоуважением и неудачным опытом межличностных контактов. Однако относительно интроверсии и самоуважения – это еще вопрос, не обстоит ли дело как раз наоборот: не являются ли они сами следствием застенчивости?

Н. В. Шингаева (1998) выявила целый комплекс личностных особенностей застенчивых подростков, влияющих на эффективность общения. Различия между застенчивыми и «свободными в общении» выявились по параметрам ($p < 0,01$) экстраверсии – интроверсии, общительности, личностной тревожности, сенситивности к отвержению. Застенчивые мучительно переживают ситуации, когда оказываются в

центре внимания группы людей или когда их оценивают.

Застенчивые часто погружены в себя, необщительны. Им легче контактировать с младшими по возрасту, чем со старшими и более компетентными людьми. Общение застенчивого человека подробно описано В. Н. Куницыной и Е. Н. Бойцовой (1983).

В группе людей застенчивый человек обычно держится обособленно, редко вступает в разговор, еще реже начинает его сам. В беседе ведет себя неловко, пытается уйти из центра внимания, меньше и тише говорит. Такой человек всегда скорее слушает, чем говорит сам, не решается задавать лишние вопросы, спорить, свое мнение обычно высказывает робко и нерешительно.

Застенчивого трудно вызвать на разговор, часто он не может выдавить из себя ни слова, его ответы обычно односложны. Такой человек подчас не может подобрать для разговора нужные слова, нередко заикается, а то и вовсе замолкает; для него характерна боязнь предпринять что-либо на людях. При всеобщем внимании к нему теряется, не знает, что ответить, как реагировать на реплику или шутку; застенчивому общение нередко бывает в тягость. Ему трудно принять решение.

Затруднения в общении, испытываемые застенчивым человеком, часто приводят к тому, что он замыкается в себе, и это, в свою очередь, нередко ведет к одиночеству, невозможности создать семью. Напряжение, испытываемое застенчи-

вым при общении с людьми, может вызвать неврозы.

Негативные последствия застенчивости. Крайняя застенчивость, по данным П. Пилкониса и Ф. Зимбардо, имеет негативные последствия.

1. Застенчивость способствует социальной изоляции и тем самым полностью или частично лишает человека радости общения и социальной (эмоциональной) поддержки.

2. Человек оказывается уязвимым в стрессовых ситуациях из-за неразвитости навыков социального взаимодействия.

3. Не имея опыта искреннего и откровенного общения, застенчивые люди склонны думать о себе как об ущербных, не подозревая, что другие также могут испытывать смущение. Из-за подобной неосведомленности у них складывается неправильное представление о своем социальном поведении.

4. Застенчивость не позволяет другим людям положительно оценить достоинства человека, которому она свойственна. Его смущение не всегда распознается сторонними наблюдателями, особенно когда тот стремится компенсировать свою стеснительность развязностью, напористостью, шумным поведением (особенно это присуще мужчинам). Иногда смущение расценивается как замкнутость, отчужденность, высокомерие, зазнайство, а застенчивость подростков взрослые часто принимают за скрытность. Правда, данная черта, в частности – стыдливость, может восприниматься другими и как положительное качество человека, например как при-

влекательная скромность.

5. Застенчивость удерживает человека от того, чтобы выражать свое мнение и отстаивать свои права.

6. Застенчивость, как правило, сопровождается негативными переживаниями одиночества, тревожности и депрессии, она усугубляет чрезмерную сосредоточенность на себе и своем поведении, т. е. представляет собой душевный недуг, калечащий человека.

Беззастенчивые. Это чрезмерно свободные в общении, общительные до навязчивости, бесцеремонные люди. Среди студентов и школьников, по данным В. Н. Куницыной, их 13%. Это люди экстравертированные, эмоционально возбудимые, смелые, склонные к риску и авантюризму. Они особенно конфликтны, авторитарны, обладают низким самоконтролем. Беззастенчивость чаще встречается среди мужчин, чем среди женщин. Любопытно, что среди представителей ряда обследованных В. Н. Куницыной профессий (учителя, бухгалтеры, экономисты, директора предприятий, таксисты) беззастенчивые оказались только среди таксистов. Беззастенчивыми бывают застенчивые по своей природе люди, которые, пытаясь преодолеть свою застенчивость, впадают в другую крайность.

4.7. Робость (социальная трусость)

Мешает общению робость, которая сродни застенчиво-

сти, но проявляется при публичных выступлениях. Робость – это психическая заторможенность. Часто она проявляется в боязни, связанной с общественными ситуациями, поэтому определяется как «общественная боязнь», «социальная трусость». Она проявляется в замкнутости и ограниченной подвижности. Робкий ребенок редко смеется, с трудом привыкает к людям, он пассивен, плохо себя чувствует в новых для себя условиях. Робости сопутствует, как правило, переживание ребенком смущения, неловкости, озабоченности, даже физической слабости. Поэтому задача учителя – предупредить развитие робости, не дать ей стать особенностью личности. Для этого рекомендуется соблюдать ряд принципов.

1. Не следует перегружать ребенка сверх его возможностей, применять давление, чтобы заставить его преодолеть заторможенность, какой является робость. Принуждение может вызвать обратный эффект.

2. Замечая даже незначительные достижения ребенка, надо его подбодрить, одобрить его усилия.

3. Не следует преувеличивать трудности, говорить о сомнениях, преградах или неудачах.

4. Нужно совместно с ребенком анализировать действительные причины его неудач и находить способы действовать более эффективно. Нужно распределять дела во времени так, чтобы спешка не вела к напряжению и не снижала уровень достигаемых результатов.

5. Надо помочь ребенку увидеть его достоинства, а недо-

статки рассматривать как явления, подлежащие ликвидации.

6. Не следует неожиданно ставить ребенка перед новыми ситуациями.

7. Не нужно стыдить ребенка в присутствии лиц, не входящих в его ближайшее окружение.

8. Не следует говорить вслух о тех проблемах, которые ребенок доверил только вам.

9. Надо избегать избытых определений вроде: «Ну и молчун же ты... Улыбнись же наконец!»

10. Надо учить ребенка самоконтролю, соответствующим образом дозируя требования к нему, помогая понимать причины его переживаний.

11. Надо стремиться к общественному признанию ребенка.

12. Необходимо обеспечить ребенку контакты с ровесниками. Социальные контакты предупреждают страх перед участием в деятельности различных социальных групп.

4.8. Ригидность – мобильность

Это свойство характеризует быстроту приспособления человека к изменяющейся ситуации. Понятие «ригидность» сродни понятию «персеверация». Они обозначают инертность, консервативность установок, неподатливость изменениям, вводимым новациям, слабую переключаемость с одного вида работы на другой. Пластичность, наоборот, означа-

ет легкую податливость изменениям ситуации, легкую смену установок и суждений.

Описано несколько видов ригидности (персеверации):

- сенсорная (ощущение остается долгое время после прекращения действия стимула, его вызвавшего);
- моторная (трудность переделки двигательных навыков);
- эмоциональная (переживание события продолжается после исчезновения эмоциогенных стимулов);
- мыслительная (инерция суждений, способов решения задач);
- мнемическая (навязчивость представлений, вторичных образов).

Считается, что разные виды ригидности не связаны между собой единым фактором, так как нет корреляций между степенями их выраженности. Это означает, что, будучи ригидным по одному проявлению, человек оказывается пластичным по другому. Однако общим для всех видов ригидности компонентом может быть инертность нервных процессов. Например, связь ригидности с этой типологической особенностью была выявлена в исследовании Н. Е. Высотской (1975).

Ригидный собеседник

Ему требуется некоторое время, чтобы включиться в беседу с вами, даже если он вполне решительный, уверенный в себе человек. Дело в том, что он основателен, и если непосредственно перед контактом

думал о чем-то, то должен как бы поставить отметину – где остановился в своих размышлениях... Но и после этого он не сразу погружается в стихию обсуждения: глядит на вас изучающе и, подобно тяжелому маховику, «раскручивается» постепенно. Зато, «раскрутившись», основателен в общении, как и во всем, что он делает.

Слушает внимательно. Говорит неспешно, вдумчиво, мысль излагает подробно (вам часто кажется, что это излишние подробности, но он-то другого мнения); фразы строит как можно более понятно, стремясь, чтобы слово точнее передавало смысл. В поисках таких слов порой становится «тягучим», топчется на месте. Найдя удачное, на его взгляд, выражение, непременно повторит его в беседе еще раз-другой. Не любит, чтобы его перебивали, и находит это несправедливым: он ведь не перебивал вас!

Если вы слишком спешите с развитием мысли, отвлекаетесь на побочные темы, выдвигаете и тут же сами отменяете приблизительные версии, он морщится: вы кажетесь ему «балаболкой», несерьезным человеком (а то и невоспитанным, нахальным говоруном). Когда, по-вашему, главное уже обсуждено и совместные выводы сделаны, он продолжает вдаваться в детали – и порой в этом есть смысл! Одна негодная деталь, обнаруженная им, сводит на нет уже принятое совместное решение, так что приходится начинать тему сизнова.

В случае ссоры он умеет не выходить из себя довольно долго, и ваша горячность поначалу смешит

его. Но если вы довели его, что называется, до белого каления, – берегитесь! Тут уж вам его не переспорить.

Общение с ним в какой-то мере изматывает вас, если вы нетерпеливый человек. Распроститься с ним сразу невозможно. Он постарается в конце диалога расставить все точки над "i", зафиксировать сходство и различие в ваших позициях, подвести итоги, сформулировать вытекающие из разговора свои и ваши обязательства. Вдобавок ему не нравится, кажется недостойной манера торопливо, небрежно прощаться.

Добрович А. Б., 1987, с. 52-53.

В исследовании Г. В. Залевского (1976) обнаружена положительная и статистически значимая связь ригидности с внушаемостью, а П. Лич (P. Leach, 1967) выявил негативную связь ригидности с творческим потенциалом личности. Люди, у которых он высокий, отличаются гибкостью мышления, независимостью в суждениях, отрицанием социальных стереотипов и склонностью к сложным формам выражения своих эстетических предпочтений.

4.9. Психологический портрет субъекта затрудненного общения

Как отмечает В. А. Лабунская (2003), субъект затрудненного общения – это многовариантный феномен. Действительно, разными авторами выделяются разные характеристики человека, затрудняющие процесс общения.

Так, на основе параметров субъективности – объективности трудностей общения В. Н. Куницына (1991, 1995) выделила три вида затруднений в общении (трудности, барьеры и нарушения), отличающиеся соотношением субъективной неудовлетворенности общением и степени тяжести объективных последствий их негативного влияния на развитие участников общения. В одном случае человек стремится к общению, имеет такую возможность, но не умеет это делать, так как он невоспитан, беззастенчив, проявляет эгоцентризм, и это приводит к его отвержению. В другом случае субъектом затрудненного общения выступает человек, который умеет общаться, имеет такую возможность, но не хочет этого вследствие своей глубокой интровертированности, самодостаточности, отсутствия потребности в общении. Человек, создающий барьеры в общении, имеет другой набор характеристик: предубежденность, ригидность восприятия другого, следование предрассудкам и стереотипам. Субъект затрудненного общения, приносящий нарушения в процесс общения, отличается подозрительностью, завистливостью, эгоцентризмом, тщеславностью, себялюбием, ревностью, высоким уровнем фрустрации межличностных потребностей.

Нарушения общения связывают с установкой человека на унижение другого, ущемление его интересов, подавление и властвование над ним. У такого субъекта затрудненного общения проявляется агрессивно-обесценивающий стиль об-

щения, выражающийся в запугивании и покорении другого, в бесконечной насильственной конкуренции с ним по типу «ты или я».

Соотнесение субъективных показателей затрудненного общения со структурными компонентами общения представлено в табл. 4.1.

Таблица 4.1. Затруднения в реализации структурных компонентов общения

Компонент общения	Затруднения в общении
Перцептивный	Неумение вникать в процессы и состояния окружающих. Невозможность видеть мир глазами другого человека. Неадекватность воссоздания представлений и содержания воздействий. Стереотипизация восприятия окружающих и искажение качеств личности партнера общения, «эскалация атрибуции». Преобладание в понимании другого человека оценочного компонента, недифференцированность оценок
Эмоциональный	Преобладание эгоцентрической направленности эмоционального отклика. Свернутость сочувствия и содействия. Неадекватность восприятия эмоционального состояния других. Неприязненное, враждебное, высокомерное, подозрительное отношение к другим. Стремление получать в процессе общения только положительные эмоции
Коммуникативный	Неумение выбрать адекватную форму сообщения. Невыразительность и длительность пауз в речи. Застывшая поза и несоответствие экспрессии речевому поведению. Низкий потенциал коммуникативного воздействия. Использование свернутых форм обращения
Интерактивный	Неумение поддерживать контакт и выходить из него. Стремление больше говорить, чем слушать. Навязывание собственной точки зрения, слепое доказывание своей правоты. Неумение аргументировать свои замечания. Симулирование несогласия в целях дезинформации партнера

ГЛАВА 5

Формы воздействия (влияния) на партнеров общения

Воздействие (или влияние) на партнеров общения может осуществляться преднамеренно и непреднамеренно (человек оказывает влияние на других только фактом своего присутствия). Преднамеренное влияние, как пишет Е. В. Сидоренко (1998), совершается *зачем-то, для чего-то*, т. е. имеет цель, а непреднамеренное – *почему-то*, т. е. имеет только причину (например, обаяние человека).

По существу любое влияние – это напряжение той нашей способности, которая может проявляться и совершенно спонтанно, без всякого усилия с нашей стороны. Это способность психологического излучения. Способность создавать вокруг себя индивидуальное неповторимое поле со своеобразным распределением сил притяжения и отталкивания. Согревания и охлаждения, облегчения и отягощения, успокоения и напряжения. Это поле может электризовать и замораживать других, придавать им энергию или усыплять, вызывать в их душе ощущение блаженства или непреодолимое стремление немедленно уйти.

Люди, несомненно, различаются по природному

дару непреднамеренного (непроизвольного) влияния на других. Психологическое излучение некоторых людей является столь сильным, что подавляет слабое излучение других.

Дар влияния, по-видимому, до определенной степени ассоциируется в нашем сознании не только с психологическими, но и с антропометрическими характеристиками человека. Прежде всего это его физические размеры. Что означает выражение «внушительных размеров» голова, рука или даже нога? Что они внушают? Можно предположить, что это уважение, смешанное со страхом. Этот страх быть уничтоженным или подавленным кем-то другим, кто больше и сильнее нас, по-видимому, биологически обусловлен.

Сидоренко Е. В., 1998, с. 132.

Е. В. Сидоренко считает, что «всякий акт влияния, независимо от степени его осознанности и преднамеренности, реализует сознательное или бессознательное стремление человека утвердить факт своего существования и значимость этого существования. Если прямо признавать это, то отпадает необходимость морально-этической оценки влияния, определения его „праведности“ или „неправедности“. *Мы влияем потому, что отстаиваем свои интересы, а не потому, что нам открылась абсолютная истина и мы почувствовали себя вправе решать за других...* Таким образом, всякое влияние *неправедно* в том смысле, что оно диктуется

не высшими соображениями Божьего промысла, а собственными потребностями» (1998, с. 133). Заявление, прямо скажем, весьма спорное. Если у меня просят совета, как поступить в той или иной ситуации, я, давая этот совет, преследую свои интересы или стремлюсь утвердить факт своего существования? Исходя из высказанной Е. В. Сидоренко позиции любое воздействие (влияние) становится манипулятивным, несправедливым, т. е. безнравственным поступком. Зачем же тогда автор среди различных видов влияния выделяет манипуляцию? Что это не так, читатель может убедиться, прочитав главу 6 «Манипуляция». В то же время Е. В. Сидоренко пишет, что «всякое влияние *правомерно*, потому что каждый человек имеет право выражать свои потребности. Важно лишь признавать, что взаимное влияние – это взаимное выражение своих потребностей и в этой борьбе все в равной степени правы» (там же, с. 133-134). Таким образом, любой безнравственный поступок, оказывающий на кого-то влияние (шантаж, угроза, вымогательство), с точки зрения автора оказывается правомерным.

Но перейдем к рассмотрению различных форм воздействия на партнера по общению. Они могут быть неимперативными и императивными, прямыми и косвенными.

5.1. Неимперативные прямые формы воздействия

К неимперативным прямым формам воздействия на субъекта относятся просьба, предложение (совет), убеждение, похвала, поддержка и утешение.

Просьба

Известный французский композитор Мишель Легран как-то сказал: «Это ненормально, когда ты делаешь то, о чем тебя не просят. Лень – это нормальное состояние». Очевидно, именно для людей с таким темпераментом просьба является мощным стимулятором их активности, выводящим их из «состояния анабиоза». Если же говорить серьезно, то эта форма внешней инициации мотивационного процесса субъекта используется в том случае, когда не хотят придавать воздействию официальный характер или когда кто-то нуждается в помощи. Во многих случаях субъектам (особенно детям и подчиненным) льстит, что вместо приказа, требования старший по возрасту или должности использует форму обращения к ним, в которой проявляется некоторый элемент зависимости просящего от того, к кому он обращается. Это сразу меняет отношение субъекта к такому воздействию: в его сознании может возникнуть понимание своей значимости в возникшей ситуации.

Милграм и Сабини попросили студентов принять

участие в изучении влияния нарушения простейшей социальной нормы: им нужно было обратиться к пассажирам нью-йоркского метро с просьбой уступить им место. К их удивлению, 56% из тех, к кому они обратились с этой просьбой, сразу же встали, не выслушав даже объяснения (*Milgram, Sabini, 1983*).

Майерс Д., 2004, с. 262.

В исследовании Дж. Дарли и Б. Латане (*J. Darley, B. Latane, 1968*) изучались условия, при которых просьба чаще побуждала людей на улице к оказанию помощи. Выявлено, что имеет значение, с какой просьбой обращались к прохожим. Информационная помощь (о времени, о том, как пройти куда-то, и т. п.) оказывалась чаще, чем материальная. Причем большое влияние оказывала манера обращения. Деньги давали чаще, если сначала спрашивали время или называли себя; в случае, когда говорили о потере кошелька или о необходимости позвонить по телефону, на просьбу откликнулись две трети прохожих. При этом женщины-просительницы имели больший успех, особенно у мужчин. Деньги давали чаще и в тех случаях, когда просящий был с кем-то.

В одном полевом эксперименте помощница экспериментатора обращалась к студентам, которые стояли в очереди, чтобы воспользоваться библиотечным ксероксом, и спрашивала, не пропустят ли ее вперед. Когда она просто просила оказать ей любезность («Можно мне воспользоваться ксе-

роксом?»), 60% студентов согласились пропустить ее без очереди. Отсюда следует, что на большинство студентов подействовала основная стратегия получения согласия, которая состоит в том, что надо просто попросить об оказании любезности.

Как же можно увеличить эффективность этой стратегии? Другую группу студентов женщина попросила о той же любезности, слегка изменив формулировку просьбы: «Можно мне воспользоваться ксероксом, потому что мне надо сделать несколько копий?» Процентная доля согласившихся резко подскочила, достигнув победного уровня 93%. Очевидно, магическое воздействие оказало слово «потому что». Это слово-ловушка. Оно подразумевает, что у просьбы есть какая-то причина, и как бы «подтверждает», что сейчас последует объяснение этой причины, поэтому включается автоматическая реакция.

Зимбардо Ф., Лайппе М., 2000, с. 281.

Просьба оказывает большее влияние на намерения субъекта, если облекается в ясные и вежливые формулировки и сопровождается уважением к его праву отказать, если выполнение просьбы создает ему какие-то неудобства.

Предложение (совет)

Предложить кому-либо что-то – значит представить на обсуждение это что-то как известную возможность (вариант) решения проблемы. Принятие субъектом предлагаемого зависит от степени безвыходности положения, в котором

он находится, от авторитетности лица, которое предлагает, от привлекательности предлагаемого, от особенностей личности самого субъекта. Так, применительно к темпераменту человека отмечают следующее: холерик на предложение скорее ответит сопротивлением, сангвиник проявит к нему любопытство, меланхолик ответит избеганием, а флегматик – отказом или затяжкой времени, так как ему нужно разобраться в предложении.

Спрашивать совета – искать одобрения уже принятому решению.

Амброз Бирс

Можно дать другому разумный совет, но нельзя научить его разумному поведению.

Ф. Ларошфуко

Убеждение как форма воздействия на принятие субъектом решения

Убеждение – это метод воздействия на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению. Основой убеждения служит разъяснение сути явления, причинно-следственных связей и отношений, выделение социальной и личной значимости решения того или иного вопроса. Об этом поэт И. С. Никитин сказал в одном из стихотворений: «Ваши речи мне в душу запали». Убеждение можно считать успешным, если человек становится в состоянии самостоятельно обосновать принятое решение, оценивая его

положительные и отрицательные стороны. Убеждение апеллирует к аналитическому мышлению, при котором преобладают сила логики, доказательность и достигается убедительность приводимых доводов. Убеждение как психологическое воздействие должно создавать у человека *убежденность* в правоте другого и собственную уверенность в правильности принимаемого решения.

Убедить кого-либо – значит добиться с помощью логического обоснования предлагаемого суждения согласия индивида или группы с определенной точкой зрения и такого изменения по сравнению с прежним сознания тех, кто убежден, что они были готовы защищать эту точку зрения и действовать в соответствии с ней.

Шерковин Ю. А, 1973, с. 164-165.

Д. Майерс (2004) отмечает, что успех убеждения зависит от того, кто убеждает («коммуникатор»), что говорит (сообщение), каким образом (способ передачи сообщения) и кому (аудитория). Рассмотрим эти составляющие.

Коммуникатор. Восприятие информации зависит от того, кто ее сообщает, насколько отдельный человек или аудитория в целом доверяют источнику информации. Доверие – это восприятие источника информации в качестве компетентного и надежного. Создать у слушателей впечатление своей компетентности коммуникатор может тремя способами. Первый: начать высказывать суждения, с которыми слуша-

тели согласны. Тем самым он приобретет репутацию умного человека. Второй – быть представленным в качестве специалиста в данной области. Третий – говорить уверенно, без тени сомнения.

Надежность зависит от манеры коммуникатора разговаривать. Люди больше доверяют коммуникатору, когда уверены, что у него нет намерения убедить их в чем-либо. Правдивыми кажутся и те люди, которые защищают то, что идет вразрез с их интересами. Доверие к коммуникатору и убежденность в его искренности возрастают, если коммуникатор говорит быстро (*Miller et al., 1976*). Быстрая речь, кроме того, лишает слушателей возможности найти контраргументы.

Если сообщение заслуживающего доверия человека убедительно, то по мере того, как сам источник информации забывается или связь «источник – информация» размывается, его влияние может сойти на нет, а влияние человека, не заслуживающего доверия, по тем же самым причинам может со временем укрепиться (если люди лучше помнят само сообщение, а не причину, по которой сначала недооценили его) (*Cook, Flay, 1978; Pratkanis et al., 1988*). Подобное запаздывающее убеждение, начинающее действовать после того, как люди забыли об источнике информации или об его связи с полученной информацией, называется «эффектом спящего».

Майерс Д., 2004, с. 294.

Наличие «эффекта спящего» мне довелось

наблюдать, когда я дважды с интервалом в две недели выступал с научным сообщением перед одной и той же аудиторией. При первом выступлении один из слушателей, не согласившись с моими утверждениями, выступил с их критикой. В дискуссии по второму моему выступлению тот же слушатель практически слово в слово в качестве истины повторил то, что в прошлый раз утверждал я и с чем он тогда был не согласен.

Привлекательность коммуникатора тоже влияет на эффективность его убеждающих высказываний. Термином «привлекательность» обозначается несколько качеств. Это и красота человека, и сходство с нами: при наличии у коммуникатора либо того, либо другого информация кажется слушателям более убедительной (Dion, Stein, 1978; Pallak et al., 1983; Van Knipperberg, Wilke, 1992; Wilder, 1990).

Особенности реципиента. Легче всего поддаются убеждению люди со средним уровнем самооценки (Rhodes, Wood, 1992). Пожилые люди более консервативны в своих взглядах, чем молодые (Sears, 1986). В то же время установки, сформированные в подростковом и раннем юношеском возрасте, могут оставаться на всю жизнь, поскольку впечатления, приобретенные в этом возрасте, глубоки и незабываемы.

В состоянии сильного возбуждения, взволнованности, тревожности реципиента его податливость убеждению увеличивается. Хорошее настроение нередко благоприятствует убеждению, отчасти потому, что оно способствует пози-

тивному мышлению, а отчасти потому, что возникает связь между хорошим настроением и сообщением (*Petty et al.*, 1993). Люди, пребывающие в хорошем настроении, склонны смотреть на мир сквозь розовые очки. В этом состоянии они принимают более поспешные, импульсивные решения, полагаясь, как правило, на косвенные признаки информации (*Bodenhausen*, 1993; *Schwarz et al.*, 1991). Не случайно, очевидно, многие деловые вопросы, например заключение сделок, решаются в ресторане.

Легче поддаются убеждению конформные (подробно об этой особенности человека говорится в разделе 7.3). Женщины более податливы убеждению, чем мужчины. Особенно нерезультативным может оказаться убеждающее воздействие в отношении мужчин с невысоким уровнем собственного достоинства, остро переживающих, как им кажется, свою бесполезность, отчужденность, которые склонны к одиночеству, агрессивных или подозрительных, нестрессоустойчивых.

Кроме того, чем выше интеллект реципиентов, тем более критично их отношение к предлагаемому содержанию, тем чаще они усваивают информацию, но не соглашаются с ней.

Содержание сообщения. Что сильнее подействует – логика изложения или обращение к эмоциям и чувствам человека? Ответ на это зависит от состава аудитории. Если она состоит из образованных и обладающих аналитическим умом слушателей, то на доводы рассудка их отклик будет боль-

шим, чем на доводы, адресованные сердцу. В противном случае лучше будут восприниматься доводы, обращенные к эмоциям.

Эффективными могут быть убеждения, вызывающие страх. Они более эффективны тогда, когда не только пугают возможными и вероятными негативными последствиями определенного поведения, но и предлагают конкретные способы решения проблемы. Болезни, картину которых нетрудно себе представить, пугают больше, чем болезни, о которых население имеет весьма смутное представление (*Sherman et al.*, 1985).

Однако, используя страх для убеждения, нельзя переходить некую грань, когда этот способ превращается в информационный террор, что часто наблюдается при рекламировании различных лекарств на радио и телевидении. Например, нам с воодушевлением сообщается, сколько миллионов людей во всем мире страдают тем или иным заболеванием, сколько населения по расчету медиков должны этой зимой заболеть гриппом и т. д. И это повторяется не просто изо дня в день, а практически каждый час, причем совершенно не учитывается, что есть легковнушаемые люди, которые начнут выдумывать у себя эти болезни, побегут в аптеку и будут глотать не только бесполезные в данном случае, но и вредные для здоровья лекарства. К сожалению, запугивание при отсутствии еще точного диагноза нередко используется и врачами, что идет вразрез с первой медицинской запове-

дью «не навреди». При этом не учитывается и то, что источнику информации, лишаящей человека душевного покоя, может быть отказано в доверии.

Важно учитывать и то, что когда человека призывают бороться того, что доставляет ему удовольствие, результатом часто становится не изменение поведения, а протест. Вот почему так слабо действует пропаганда борьбы с курением, алкоголизмом, наркоманией, СПИДом.

Убедительнее звучит та информация, которая идет первой (*эффект первичности*). Однако если между первым и вторым сообщением проходит какое-то время, то более сильное убеждающее влияние оказывает второе сообщение, так как первое уже забыто (*эффект новизны*).

Человек бесхитростный, но увлеченный страстью, может убедить скорее, чем красноречивый, но равнодушный.

Ф. Ларошфуко

Часто убеждением можно сделать больше, чем насилием.

Эзон

Не навязывай никому того, чего не хочешь для себя: вкусы различны.

Б. Шоу

Как передается сообщение (коммуникационный канал).
Установлено, что доводы (аргументы), приводимые другим

человеком, убеждают нас сильнее, чем аналогичные доводы, приводимые самому себе. Самыми слабыми являются доводы, приводимые мысленно, несколько сильнее – приводимые себе вслух, и самые сильные – те, что приводит другой, даже если он это делает по нашей просьбе.

Убеждение может осуществляться двумя методами: дидактическим и сократическим (диалектическим). При первом методе в основном говорит убеждающий, при втором – вовлекается в дискуссию убеждаемый (при этом он может выражать свое несогласие по пунктам, которые кажутся ему неубедительными или неверными).

Формирование убежденности человека может происходить прямо и косвенно (в последнем случае – за счет уменьшения тревожности, неуверенности, сомнений, опасений, неведения). Убеждать можно не только словом, но и делом, личным примером.

Центральным фактором убеждения, особенно во взаимодействии между двумя людьми, является *экспрессия уверенности*. В серии исследований, в которых пары испытуемых выступали в роли присяжных, обсуждающих судебное дело, исследователи обнаружили, что убедившие (т. е. те, кто заставил другого человека изменить свой вердикт) использовали слова, выражающие уверенность, в то время как те, кого удалось убедить, в этих парных убеждающих взаимодействиях были склонны использовать слова, выражающие сомнение.

...Выражение уверенности в речи паралингвистическими средствами является ключевым фактором, от которого зависит убеждение при межличностных взаимодействиях. Однако слишком многословное выражение уверенности может подействовать в противоположном направлении и вызвать у другого человека сопротивление. Вообще те испытуемые-женщины, которым удавалось наиболее эффективно убеждать других, использовали следующую стратегию: они пытались изменить мнение убеждаемого ими человека, но при этом сохранить с ним социальную связь. Для выполнения этой сложной задачи они пользовались тактикой двух видов: 1) выражали уверенность в собственных способностях и доводах, но 2) уменьшали убеждающее давление и пытались снискать к себе расположение, как только становилось ясно, что их победа близка. Поэтому они не только влияли на людей, но и завоевывали себе друзей. Как правило, ни одна из сторон не осознавала, как взаимодействует эта «хитрая» стратегия и механизмы ее осуществления.

Зимбардо Ф., Ляйтне М., 2000, с. 291-292.

Люди ценят собственную свободу и самостоятельность. Поэтому когда социальное давление становится настолько сильным, что возникает реальная угроза их личной свободе, они нередко бунтуют. Вспомните Ромео и Джульетту: противодействие обеих семей только усилило их любовь. Или детей,

которые защищают свою свободу и независимость, совершая поступки, противоположные тем, на которых настаивают их родители. Поэтому умные родители, вместо того чтобы командовать детьми, предлагают им выбор: «Пора мыться. Примешь ванну или встанешь под душ?»»

Майерс Д., 2004, с. 279.

Выделяют следующие методы убеждения:

- *фундаментальный*: представляет собой прямое обращение к собеседнику, которого сразу и открыто знакомят со всей информацией, составляющей основу доказательства правильности предлагаемого;
- *метод противоречия*: основан на выявлении противоречий в доводах убеждаемого и на тщательной проверке собственных аргументов на непротиворечивость с целью предотвратить контрнаступление;
- *метод «извлечения выводов»*: аргументы излагают не все сразу, а постепенно, шаг за шагом, добиваясь согласия на каждом этапе;
- *метод «кусков»*: аргументы убеждаемого делят на сильные (точные), средние (спорные) и слабые (ошибочные); первых стараются не касаться, а основной удар наносят по последним;
- *метод игнорирования*: если изложенный собеседником факт не может быть опровергнут;
- *метод акцентирования*: расставляются акценты на при-

водимых собеседником и соответствующих общим интересам доводах («ты же сам говоришь...»);

- *метод двусторонней аргументации*: для большей убедительности излагают сначала преимущества, а затем и недостатки предлагаемого способа решения вопроса; лучше если собеседник узнает о недостатках от убеждающего, чем от других, что создаст у него впечатление непредвзятости убеждающего (особенно эффективен этот метод при убеждении образованного человека, малообразованный же лучше поддается односторонней аргументации);

- *метод «да, но...»*: используется в тех случаях, когда собеседник приводит убедительные доказательства преимуществ своего подхода к решению вопроса; сначала соглашались с собеседником, потом после некоторой паузы приводят доказательства недостатков его подхода;

- *метод кажущейся поддержки*: это развитие предыдущего метода: доводы собеседника не опровергаются, а, напротив, приводятся новые аргументы в их поддержку. Затем, когда у него сложится впечатление о хорошей осведомленности убеждающего, приводятся контраргументы;

- *метод бумеранга*: собеседнику возвращают его же аргументы, но направленные в противоположную сторону; аргументы «за» превращаются в аргументы «против».

В одном исследовании было обнаружено, что когда студентов колледжа просили попытаться изменить чью-либо установку, они говорили быстрее, громче

и более гладко и их лицевые экспрессии были более приятными, а время визуального контакта с аудиторией – больше, чем когда их просили просто передать информацию (*Mehrabian, Williams, 1969*)... Более того, судьи оценивали сообщения, которым были присущи перечисленные качества, как более убедительные. Было показано, что психологи-консультанты, которые работают наиболее эффективно, на своих консультациях говорят несколько громче, чем их менее эффективные коллеги (*Packwood, 1974*). Физически привлекательные люди, как правило, оказывают на других большее убеждающее влияние, и, вероятно, не случайно, что скорость и гладкость их речи выше средних показателей, когда они пытаются повлиять на других (*Chaiken, 1979*).

... Давайте теперь посмотрим, что обнаружила группа исследователей, которая в торговом пассаже в Лос-Анджелесе просила покупателей прослушать и оценить аудиозаписи сообщения о вреде употребления кофе, а также высказаться, согласны ли они с этим сообщением (*Miller et al., 1976*). Покупатели считали, что говоривший заслуживает большего доверия, и чаще соглашались с сообщением после прослушивания той записи, где говоривший произносил сообщение со скоростью выше среднего уровня. Такой же результат был получен во втором эксперименте, который проводился в лаборатории университета.

Быстрая речь создает впечатление, что говорящий заслуживает доверия и является знающим человеком.

Кроме того, быстрая речь затрудняет систематическую обработку получаемой слушателем информации.

Зимбардо Ф., Ляйпте М., 2000, с. 297-298.

Убеждение эффективно в следующих случаях:

- когда касается одной потребности субъекта или нескольких, но одинаковой силы;
- когда осуществляется на фоне малой интенсивности эмоций убеждающего; возбужденность и взволнованность интерпретируются как неуверенность и снижают эффективность его аргументации; вспышки гнева, брань вызывают негативную реакцию собеседника;
- когда речь идет о второстепенных вопросах, не требующих переориентации потребностей;
- когда убеждающий сам уверен в правильности предлагаемого решения; в этом случае определенная доза вдохновения, апелляция не только к уму, но и к эмоциям собеседника (путем «заражения») будут способствовать усилению эффекта убеждения;
- когда не только предлагается своя, но и рассматривается аргументация убеждаемого; это дает лучший эффект, чем многократные повторы собственных аргументов;
- когда аргументация начинается с обсуждения тех доводов, по которым легче достичь согласия; нужно добиться, чтобы убеждаемый чаще соглашался с доводами: чем больше поддакиваний удастся получить, тем больше шансов добиться успеха;

- когда разработан план аргументации, принимающий в расчет возможные контраргументы оппонента; это поможет выстроить логику разговора, облегчит понимание оппонентом позиции убеждающего.

Ричард Петти и Джони Качоппо (*Petty, Cacioppo, 1986*) создали теорию, согласно которой убеждения формируются одним из двух способов. Когда у людей есть достаточно оснований для системного обдумывания сути информации и когда они способны на это, возникают благоприятные условия для сосредоточенности на аргументах и для реализации прямого способа убеждения. Если эти аргументы неопровержимы и весомы, вероятность убеждения высока. Если в сообщении нет ничего, кроме легкоопровергаемых аргументов, думающие люди обязательно обратят на них внимание и оспорят их.

Однако иногда сила аргументов не имеет никакого значения. Иногда мы либо не склонны, либо не способны к серьезному размышлению. Если наше внимание отвлечено, если сообщение нам неинтересно или если нам просто некогда, мы вполне можем не обратить должного внимания на содержание сообщения. Вместо того чтобы оценивать убедительность содержащихся в нем доводов, мы можем пойти по косвенному пути к убеждению – сосредоточившись на признаках, которые «запустят механизм согласия» без серьезных размышлений. Когда внимание рассеянно или мы не склонны думать,

то привычные и понятные суждения оказываются более убедительными, нежели оригинальные и нестандартные. Так, поговорка «Не складывай все яйца в одну корзину» произведет на занятого своими мыслями или делами человека большее впечатление, чем призыв «Не вкладывайте все средства в одно рискованное предприятие» (*Howard, 1997*).

Конечная цель рекламодателя, проповедника и даже педагога – не просто заставить людей обратить внимание на свое сообщение, а дальше – будь что будет. Как правило, в их задачу входит определенное изменение поведения. Равноценны ли оба способа убеждения с точки зрения достижения этой цели? Петти и его коллеги полагают, что нет (*Petty, Haugtvedt, Smith, 1995*). Когда люди серьезно размышляют над проблемами и прорабатывают их интеллектуально, они полагаются не только на сам обращенный к ним призыв, но и на собственные мысли, возникшие в ответ на него. Убеждают не столько аргументы, выдвинутые тем, от кого исходит призыв, сколько именно эти мысли. Когда люди серьезно задумываются, а не скользят по поверхности, более вероятно, что любая изменившаяся установка сохранится, выдержит любую атаку и повлияет на поведение (*Petty et al., 1995; Verplaken, 1991*). Так что прямой способ убеждения – более надежный путь к тому, чтобы установки и поведение стали «непоколебимыми», в то время как косвенный способ ведет лишь к временному и

неглубокому их изменению.

Майерс Д., 2004, с. 290, 292.

При убеждении целесообразно:

- показать важность предложения, возможность и простоту его осуществления;
- представить различные точки зрения и сделать разбор прогнозов (при переубеждении – включая и отрицательные);
- увеличить значимость достоинств предложения и уменьшить величину его недостатков;
- учитывать индивидуальные особенности субъекта, его образовательный и культурный уровень и подбирать наиболее близкие и понятные ему аргументы;
- никогда прямо не говорить человеку, что он не прав, таким образом можно лишь задеть его самолюбие – и он сделает все, чтобы защитить себя, свою позицию (лучше сказать: «Быть может, я не прав, но давайте посмотрим...»);
- для преодоления негативизма собеседника создать иллюзию, что предлагаемая идея принадлежит ему самому (для этого достаточно лишь навести его на соответствующую мысль и предоставить возможность сделать вывод);
- не парировать довод собеседника тотчас же и с видимой легкостью, он воспримет это как неуважение к себе или как недооценку его проблем (то, что его мучает долгое время, другим разрешено в считанные секунды);
- критиковать в споре не личность собеседника, а приводимые им доводы, спорные или неправильные с точки зрения

ния убеждающего (при этом желательна критика предварить признанием правоты убеждаемого в чем-либо, это поможет избежать его обиды);

- аргументировать максимально ясно, периодически проверяя, правильно ли вас понимает субъект; аргументы не растягивать, так как это обычно ассоциируется с наличием у говорящего сомнений; короткие и простые по конструкции фразы строить не по нормам литературного языка, а по законам устной речи; использовать между аргументами паузы, так как поток аргументов в режиме монолога притупляет внимание и интерес собеседника;

- включить субъекта в обсуждение и принятие решения, так как люди лучше перенимают взгляды, в обсуждении которых принимают участие;

- противопоставлять свою точку зрения спокойно, тактично, без менторства.

Джонат Фридман и Дэвид Сирз продемонстрировали, насколько трудно убедить людей (*Freedman, Sears, 1965*). Одну группу старшеклассников они предупредили о том, что им предстоит присутствовать на лекции «Почему не следует разрешать подросткам водить машину?», другую – нет. Предупрежденные ученики остались при своем мнении, непредупрежденные согласились с лектором.

Когда атакуются установки заинтересованных людей, необходима внезапность. Стоит предоставить таким слушателям несколько минут – и они готовы к защите

(Chen et al., 1992; Petty, Cacioppo, 1977, 1979).

...Вероятность вербального убеждения возрастает, если отвлечь внимание людей чем-либо ровно настолько, чтобы помешать им собраться с мыслями и найти контраргументы (Festinger, Maccoby, 1964; Keating, Brock, 1974; Osterhaus, Brock, 1970).

Майерс Д., 2004, с. 316.

Как тут не вспомнить один из приемов, который использовали в советское время хитрые руководители подразделений, когда шли в Министерство решать какие-то вопросы: они брали с собой красивых молодых сотрудниц. Как правило, в этом случае вопросы решались успешно. Вероятно, убеждаемость начальства повышалась за счет отвлечения на красивую женщину.

Некоторые люди обладают даром убеждения, в частности, по отзывам многих, таким был Гитлер. Вот что пишет Иоахим Риббентроп, министр иностранных дел фашистской Германии: «Когда он (Гитлер) хотел привлечь кого-нибудь на свою сторону или добиться чего-нибудь от собеседника, он делал это с непревзойденным шармом и искусством убеждать. Я видел, как к нему входили сильные личности, министры и гауляйтеры, даже сам Геринг, распираемые желанием немедленно „открыть фюреру истину“. Они были полны решимости со всей категоричностью заявить ему, что вот-вот произойдет катастрофа и они не могут взять на себя ответственность, если то или иное его распоряжение не будет отменено. А через полчаса выходили от него сияющие и до-

вольные и зачастую с такой же убежденностью отстаивали точку зрения Гитлера, нередко противоречащую той, которую они хотели ему высказать» («Мемуары нацистского дипломата». Смоленск, 1998. С. 55-56).

Похвала

Одним из видов положительных воздействий на человека является похвала, т. е. одобрительный отзыв о нем, высокая оценка его труда или поступка. Каждый человек испытывает потребность в похвале. Но, как отмечает Н. Н. Обозов, существуют различия между полами в отношении к похвале. Женщина испытывает потребность, чтобы ее работа была отмечена окружающими. Поэтому домохозяйки и женщины, находящиеся на пенсии, часто страдают от неудовлетворенной потребности в признании, невнимания членов семьи и недооценки их труда (А. Ке-лам, И. Эббер, 1985).

Мужчина тоже любит быть похваленным за свой труд, но в то же время если он уверен, что выполнил работу хорошо, то высокое мнение о себе он будет иметь даже в том случае, если его работа не будет признана другими. Следовательно, мужчины более независимы в самооценках от мнения окружающих.

Поддержка и утешение

Слова поддержки могут убеждать, приободрять, воодушевлять, успокаивать, утешать или веселить. Поддерживать – не значит делать ложные утверждения или говорить людям то, что они хотят услышать. Когда слова поддержки не со-

гласуются с фактами, они могут вызвать деструктивное поведение.

Утешить означает помочь человеку позитивнее воспринимать себя и свое положение. Утешение связано с эмпатическим реагированием на неудачу или горе собеседника и показывает, что его понимают, сочувствуют ему и принимают его. Утешая, оказывают *поддержку* собеседнику, успокаивают его.

В своих исследованиях Брант Бурлесон (*Burleson*, 1994) точно определил стратегии утешения как сообщения, цель которых – снижение или облегчение эмоционального дистресса у других людей. Ученый ограничил свои работы наблюдениями за утешением в случаях легких или средних стрессов или огорчений, которые являются следствием повседневных событий. Он решил не изучать утешение в ситуациях выраженной депрессии или глубокого горя из-за их экстраординарности.

Вначале Бурлесон сотрудничал с Джеймсом Л. Эпплгейтом, который разработал метод определения тонченности отдельных утешающих сообщений. К утонченным сообщениям относились понятные, искусно сделанные и признающие правоту чувств другого человека. Утонченные стратегии утешения также были ориентированными на слушателя (направленными на выявление чувств находящегося в дистрессе), менее оценивающими, уделяли больше внимания чувствам, чаще принимали точку зрения

другого человека и предлагали объяснения чувствам, испытываемым другим человеком.

На более поздних этапах Бурлесон и его коллеги обратили большее внимание на анализ результатов утешения. Предшествовавшие исследования оценивали лишь сиюминутное снижение дистресса, испытываемого собеседником. Бурлесон полагал, что эффект утешения выходит за рамки этого простого, «инструментального» эффекта. Он выдвинул теорию, согласно которой эффективное утешение не только помогает другому человеку лучше справляться с проблемами, но также полезно утешаемому. По представлениям Бурлесона, утешая других, мы повышаем свою самооценку и больше нравимся окружающим. Наконец, Бурлесон считал, что у тех, кто может ободрить другого человека, отношения с людьми более долговременные.

Проведенное Бурлесоном исследование эмоциональной динамики дало новое понимание утешения как процесса общения, который (в идеале) помогает находящимся в дистрессе понять смысл произошедшего, определить свои чувства и заново оценить огорчившую ситуацию.

Вердербер Р., Вердербер К., 2007, с. 139.

Считается, что утешение лучше получается у женщин, и что утешение – это женское искусство. Однако, как пишут Р. Вердербер и К. Вердербер, ссылаясь на ряд авторов, мужчины и женщины склонны использовать если не идентичные,

то, по крайней мере, очень сходные правила в оценке чуткости и эффективности эмоциональной поддержки. Таким образом, мужчины и женщины одинаково смотрят на утешение, но по-разному его осуществляют. Мужчины больше сосредоточены на поступках, а женщины – на переживаниях. Мужчины лучше, чем женщины, утешали в случаях, связанных с достижениями (например, с неполучением повышения). С другой стороны, у мужчин не получается утешать так чутко и эффективно, как у женщин.

5.2. Внешнее внушение

Внешнее внушение понимается как психологическое воздействие одного человека (*суггестора*) на другого (*суггерента*), осуществляемое с помощью речи и неречевых средств общения и отличающееся сниженной аргументацией со стороны суггестора и низкой критичностью при восприятии внушаемого содержания со стороны суггерента.

При внушении суггерент верит в доводы суггестора, высказываемые даже без доказательств. В этом случае он ориентируется не столько на содержание внушения, сколько на его форму и источник, т. е. на суггестора. Внушение, принимаемое суггерентом, становится его внутренней установкой, которая направляет и стимулирует его активность при формировании намерения.

Польский психотерапевт К. Обуховский (1972) считает,

что мотив человеку можно внушить, подсказать. Однако приводимые им примеры скорее свидетельствуют о том, что эти подсказки внушают не мотивы как сложные целостные образования, а те действия, поступки, которые могут снять возникшее напряжение во взаимоотношениях (например, совет откровенно поговорить, подарить цветы и т. д.). То есть в лучшем случае психотерапевт помогает пациенту правильно сформулировать проблему (понять ее причину), корректирует способы достижения цели, облегчает принятие решения, т. е. влияет на процесс мотивации, но не определяет его целиком, не «задает» в готовом виде пациенту тот или иной мотив. Он способствует лишь рациональному использованию пациентом в процессе мотивации «внутреннего фильтра» и формулированию цели, адекватной ситуации. Психотерапевт предлагает иной аргумент (мотиватор), помогающий самому пациенту найти правильное решение. Пациент принимает аргументы (доводы) психотерапевта либо в силу их убедительности, либо в силу изменения своего состояния (успокоения).

Существуют три формы внушения: сильное уговаривание, давление и эмоционально-волевое воздействие. По критерию наличия цели и применяемых суггестором для внушения усилий выделяют *преднамеренное* и *непреднамеренное* внушение. Первый вид внушения характеризуется наличием конкретной цели: суггестор знает, что и кому он хочет внушить. В зависимости от особенностей суггерента вну-

шающий подбирает наиболее эффективный в данной ситуации прием внушения. Второй вид внушения характеризуется тем, что суггестор не ставит перед собой цель внушить суггеренту ту или иную мысль, действие или поступок (например, веру или неверие в свои силы), но своим поведением, ненароком брошенной фразой воздействует на суггерента. Характерной особенностью непреднамеренного внушения является то, что человек, производящий его, сам может этого и не подозревать.

Интересен случай, когда один боксер прогнозировал успех или неудачу своего поединка по поведению тренера перед боем: если тот был неуверен в победе своего ученика, то, волнуясь, поправлял галстук. Обозначаемая таким образом неуверенность тренера передавалась и боксеру, который в таких ситуациях действительно часто проигрывал.

По содержанию внушение определяют как *специфическое* и *неспецифическое*. Непосредственное отношение к мотивации имеет только специфическое внушение, так как с его помощью суггеренту внушаются конкретные мысли, действия и поступки. Неспецифическое внушение влияет на те или иные психические состояния, настроение (эмоциональный подъем или спад и т. п.).

По способу воздействия внушение делится на *прямое* (открытое) и *косвенное* (закрытое). Первое характеризуется открытостью цели внушения, императивностью, прямой направленностью на конкретного человека. Фразы отличают-

ся однозначностью, безапелляционностью, твердостью, проносятся настойчивым, не допускающим сомнений тоном. Для усиления воздействия используются невербальные средства: немигающий взгляд в глаза суггерента, наклон вперед. Прямое внушение применяется, если человек не оказывает сопротивления или если оно не очень большое. Косвенное внушение характеризуется опосредованным воздействием на суггерента. Содержание внушения включается в передаваемую информацию в условном или скрытом виде. Используются более мягкие формулировки, меньшие категоричность и давление, чем при прямом внушении. Этому виду внушения сопротивляющийся, самоуверенный, эгоцентричный суггерент поддается быстрее, чем прямому внушению. Таким образом, косвенное внушение, как отмечает А. Г. Ковалев (1969), является внушением «окольным путем», например в форме намека, когда мысль подбрасывается мимоходом, но достаточно определенно. Намек может осуществляться поведением суггестора, его вопросом или утверждением о чем-то, связанном с элементами побуждения, просьбой о совете и т. д. Однако при косвенном внушении суггерент приходит к решению сам. Приемами косвенного внушения могут быть и следующие:

- суггеренту рассказывают о других лицах или событиях, при этом ключевая фраза или повороты сюжета акцентируются с различной интенсивностью и «прозрачностью»;
- в присутствии суггерента обращаются к другим лицам,

а текст содержит фразу или сюжет, намекающие на определенные выводы или действия, которые он должен сделать;

- высказывание в условной форме: «если... (совершить какие-то действия), то... (результат будет таким-то)»; такая форма может быть воспринята двояко: так, как сказано, и инверсивно, т. е. если действие не совершить, то результат будет противоположным;

- использование неоконченных фраз, силлогизмов; окончание додумывает суггерент либо по аналогии, либо, при интонационной остановке, исходя только из мелодики фразы;

- произнесение ключевой фразы и сразу за ней отвлекающего текста, не дающего возможности осмыслить первую фразу и сделать вывод, а загоняющего его в подсознание.

Условия успешности прямого внушения. Поскольку при внушении общение происходит между внушающим (внушающими) и внушаемым, успех этого процесса зависит, как уже говорилось, от особенностей того и другого лица (рис. 5.1).

Отношения между суггестором и суггерентом: доверие – скепсис, зависимость – независимость, доброжелательность – враждебность – существенно влияют на успешность внушения. Способствует успешному внушению установление эмпатического сопереживания, душевного резонанса, близких межличностных отношений, доброжелательной, дружественной атмосферы, т. е. всего того, что называют раппортом. Для установления раппорта используются следующие

средства: расширенное информирование суггерента, детализация текста суггестора, спокойная доброжелательная уверенность, открытые жесты, мягкая эмоциональная манера внушения.



Рис. 5.1. Факторы успешности внушения

Содержание внушения, способ его конструирования. Внушение не действенно, если его содержание противоречит морали и мировоззрению суггерента. Усиливают эффект внушения сочетание логических и эмоциональных компонентов, использование информации, подтверждающей взгляды, к которым склонен, с которыми согласен суггерент.

Обстоятельства, при которых происходит внушение, существенно влияют на его эффективность. Повышают эффект внушения (внушаемость) низкий уровень осведомленности суггерента в обсуждаемом вопросе, малая степень значимости для него этого вопроса, отсутствие опыта поведения в данной обстановке, дефицит времени для принятия решения, неожиданность сообщения. Кроме того, имеет значение состояние суггерента.

Особенности личности суггестора, внушающее воздействие которого может быть в данной ситуации наибольшим,

следует учитывать при его выборе. При этом целесообразно обращать внимание на его обаяние, склонность к доминированию (то, что в быту обозначают как «сильный характер»), к демонстрации своего интеллектуального превосходства. Но главной характеристикой является авторитетность суггестора, которая складывается из следующих моментов:

- его социальный статус;
- принадлежность его к референтной для суггерента группе;
- наличие прежних заслуг, опыта; ореол известности;
- мнение окружающих о нем как о высоконравственной справедливой личности;
- обладание тем или иным видом власти (власти вознаграждения, принуждения, знатока и т. д.);
- престиж используемых им источников информации;
- таинственность его образа, приписывание ему особых способностей или возможностей.

Для хорошего суггестора характерны такие особенности, как желание много говорить, непосредственность, уверенность, свобода поведения, внешнее и внутреннее спокойствие, актерство, исполнение роли в процессе внушения.

В зависимости от ситуации и своих особенностей суггестор может использовать четыре варианта поведения: «неоспоримый авторитет», интеллектуальный, эмоциональный и пассивный. При первом варианте суггестор всем своим поведением должен показать, что он нисколько не сомне-

вається в своїй правоті, при другому – повинен докладно аргументувати свою позицію, при третьому – використовувати потребу суггерента в симпатії, безпеці і хорошому самопочутті, при четвертому – заверяти суггерента, що без його допомоги нічого не зможе зробити, створюючи ілюзію, що той все робить сам.

Особенности личности суггерента також суттєво впливають на ефект внушення йому тій чи іншої точки зору, на урахунок при цьому того чи іншого обставини. К таким особливостям раніше всього відносяться внушаємість, конформність, негативізм, про яких говорилося в попередній главі.

5.3. Імперативні прямі форми впливів

К імперативним прямим формам впливу відносяться накази, вимоги, заборони і примус.

Наказ, вимога, заборона

Наказ – офіційне розпорядження того, хто наділений владою.

Вимога – це виражена в рішучій, категоричній формі прохання про те, що повинно бути виконано, на що вимагаючий має право.

Заборона – форма впливу, при якій людині не дозволяють щось робити, використовувати.

Эти формы воздействия могут использоваться в случаях, когда один человек имеет право распоряжаться поведением другого (других). При этом надо учитывать, что эти формы воздействия психологически воспринимаются субъектом как проявление другим своей власти, как принуждение, и даже в ряде случаев – как насилие над своей личностью. Естественно, это приводит к внутреннему сопротивлению выдвигаемым требованиям и запретам, так как человек не хочет быть послушной игрушкой в руках другого. Он хочет, чтобы требования имели для него определенную значимость, отвечали бы имеющимся у него потребностям, установкам, моральным принципам.

Теория психологического реактивного сопротивления, суть которой заключается в том, что люди действительно ведут себя так, чтобы защитить собственное ощущение свободы, находит подтверждение в экспериментальных данных, свидетельствующих о том, что попытки ограничить свободу индивида нередко заканчиваются антиконформным «эффектом бумеранга» (*Brehm, Brehm, 1981; Nail et al., 2000*)... Представьте себе, что кто-то останавливает вас на улице и просит подписать воззвание в защиту чего-то, по отношению к чему у вас нет четкой позиции. Пока вы размышляете, подходит еще один человек и говорит, что «следует запретить собирать подписи под такими воззваниями». Согласно теории реактивного сопротивления, подобная

неприкрытая попытка ограничить вашу свободу лишь увеличит вероятность того, что вы поставите подпись. Именно это и наблюдала Мадлен Хейлман, когда проводила подобный эксперимент на улицах Нью-Йорка (*Heilman, 1976*).

Майерс Д., 2004, с. 280.

Снять эту негативную реакцию можно путем тщательной *аргументации* выдвигаемого требования. Это способствует осознанному, а не слепому выполнению требования, особенно когда удастся придать ему смысл общественной и личной ценности. Тогда требование из внешнего побудителя становится внутренним.

Аргументация должна снять с требования окраску волевого воздействия старшего по должности или положению и придать ему характер общественных норм, принятых всеми членами общества. Чем основательнее аргументация, чем большее общественное значение она имеет, тем сильнее доверие субъектов к требованию и тем большее желание возникает его выполнить, особенно у детей. Аргументация взрослых типа «Дети должны нас слушаться, потому что они дети» последними не принимается.

Аргументации можно придать любой характер: гражданский, нравственный, эстетический, даже эгоистический. Каждое требование может быть аргументировано по-разному, в зависимости от обстоятельств. Однако при выдвижении аргументации, особенно в педагогической деятельности,

следует учитывать ряд общих правил:

- аргументация не должна превращаться в постоянное чтение морали, назидание, наставление; превращенная лишь в прямое разъяснение, она изживает себя, при этом профанируется ее смысл;
- аргумент, хотя и может быть заготовлен, должен выглядеть экспромтом; в связи с этим нельзя повторять уже высказанную раз аргументацию в прежнем виде, надо для нее найти новую форму;
- строя аргументацию, необходимо учитывать возрастные, половые и личностные особенности субъекта;
- нельзя использовать аргументацию-угрозу – она не дает возможности увидеть в требовании социальный смысл; больше того, субъект начинает расценивать это как вседозволенность людей, занимающих более высокое административное положение, как проявление сущности общественной жизни.

... Существует возможность использовать начальную уступку как часть чрезвычайно эффективной методики получения согласия. Эту простую методику можно назвать методикой «отказ – затем отступление». Она также известна как методика «как открыть дверь, которую захлопнули перед твоим носом». Предположим, вы хотите заставить меня подчиниться определенному требованию. Ваши шансы могло бы повысить предъявление ко мне сначала более серьезного требования, которое я, вероятнее всего, отклонил бы. Затем, после того как я отказался,

вы предъявляете менее серьезное требование, то самое, в выполнении которого мной вы были все время заинтересованы. Если вы умело структурировали свои требования, я буду рассматривать ваше второе требование как уступку по отношению ко мне и захочу ответить уступкой со своей стороны, причем единственная открытая для меня возможность сделать это немедленно – согласиться выполнить ваше второе требование.

.Описанную методику часто используют люди, ведущие переговоры в сфере трудовых отношений. Эти люди начинают с выдвижения крайних требований, в выполнении которых они вовсе не заинтересованы. Затем они якобы отступают посредством серии кажущихся уступок и таким образом добиваются реальных уступок от противоположной стороны. Может показаться, что чем выше изначальное требование, тем эффективнее процедура, поскольку в этом случае больше возможностей для иллюзорных уступок. Однако это верно лишь до определенного предела. Исследование, проведенное в Бар-Иланском университете в Израиле, показало, что если первоначальные требования являются настолько трудновыполнимыми, что выглядят необоснованными, тактика оборачивается против тех, кто ею пользуется (*Schwarzwald, Raz, Zvibel, 1979*). В таких случаях тот, кто выдвигает слишком высокие требования, представляется нечестным. Любое последовательное отступление от совершенно

нереалистичной изначальной позиции не имеет вида подлинной уступки и поэтому не приводит к ответной уступке.

Чалдини Р., 1999, с. 51-52.

Принуждение

Принуждение используется обычно в тех случаях, когда другие формы воздействия на мотивацию и поведение субъекта оказываются недейственными или когда нет времени, чтобы их использовать. Принуждение выражается в прямом требовании согласиться с предлагаемым мнением или решением, принять готовый эталон поведения и т. д. при несогласии субъекта с этим.

Принуждение действенно только в том случае, если принуждающий имеет более высокий социальный статус, чем принуждаемый. Авторитет первого облегчает выполнение распоряжения. Как постоянная форма воздействия на субъекта принуждение мало пригодно, но и полностью от него отказываться, особенно в воспитательном процессе, нецелесообразно.

Положительной стороной принуждения является то, что оно может способствовать снятию конфликтной ситуации на данном отрезке времени и выполнению субъектом необходимых действий. Кроме того, это один из способов воспитания чувства долга. «Человек, который не умеет принудить себя делать то, чего не хочет, никогда не достигнет того, чего хочет», – писал К. Д. Ушинский (1974, с. 478).

5.4. Дисциплинарные меры воздействия

К ним относятся устное и письменное предупреждение, устный и письменный выговор и наказание. Они используются при официальных деловых отношениях в случае какого-либо проступка учащегося, сотрудника, военнослужащего и т. п. Хотя этимологически предупреждение, выговор и наказание близки, если не синонимичны, на практике они означают различные степени дисциплинарных воздействий. *Предупреждение* является самым мягким дисциплинарным воздействием. Если говорить бюрократическим языком, это «поставить на вид». Оно означает, что в следующий раз воздействие будет более строгим. *Выговор* как раз и является таковым. Он оформляется приказом руководителя, заносится в личное дело и является основанием для увольнения работника. *Наказание* предполагает лишение человека чего-либо значимого для него (если это ребенок – лишение прогулки, просмотра кинофильма и т. п.; служащий – лишение премиальных, отпуска в летнее время и т. д.; военнослужащий – увольнения в выходные дни и т. п.; высшей мерой наказания является лишение свободы).

Мера дисциплинарных воздействий определяется тяжестью проступка с учетом возраста провинившегося, масштаб содеянного им и других факторов.

5.5. Угрозы (запугивание)

Еще одним способом воздействия на человека являются угрозы. Угроза – это обещание причинить человеку неприятность, зло. Ее используют, чтобы вызвать у человека тревогу или страх: встревоженный, и тем более напуганный, человек легко поддается чужому влиянию.

Запугивание может быть как явным («Если не одумаешься, то останешься на второй год», – говорит учитель школьнику), так и скрытым (например, когда родители говорят ребенку: «Если не будешь есть кашку, то не вырастешь», это угроза для ребенка, так как он хочет вырасти).

Как фактор межличностного влияния запугивание наиболее распространено в таких социальных взаимоотношениях, разрыв которых труден или невозможен (армия, семья, учебные заведения, тюрьма).

Использование запугивания (угрозы) менее эффективно, чем лесть, так как страх, вызванный угрозой, как правило, скоротечен, а головокружение, вызванное постоянной лестью, может продолжаться долго. С другой стороны, тревогу и страх вызвать легче, чем обольстить человека.

Почему запугивание может быть недейственным

Большинство лекций. на противоалкогольные темы посвящено разъяснению вредных, опасных последствий

употребления спиртных напитков. При этом каждый специалист – кто с помощью статистики, кто оперируя примерами – пугает своих слушателей, что им грозит рождение слабоумных детей, распад семьи, ожирение сердца, цирроз печени, несчастный случай на производстве или на улице, психиатрическая больница или тюрьма. И хотя все эти и многие другие опасности ничуть не преувеличены, но они носят не абсолютный, а вероятностный, статистический характер. И поэтому человек, особенно склонный к излишествах в употреблении спиртного (т. е. как раз тот, у кого риск пострадать больше), думает: «Может быть, все это и так, но ко мне не относится». Более того, когда однажды в выступлении сотрудника ГАИ прозвучало, что каждый третий из пострадавших в дорожно-транспортных происшествиях оказался в состоянии опьянения, нашлись защитники зеленого змия, которые то ли всерьез, то ли в шутку стали доказывать, что трезвым на улице быть опаснее, так как две-то из трех жертв были трезвыми.

Личевский Э. Э., 1982, с. 26.

Используется также «невинный» шантаж (дружеские намеки на промахи, ошибки, допущенные адресатом в прошлом; шутливое упоминание «старых грехов» или личных тайн адресата).

5.6. Самовосхваление и самоназидательность

Чтобы воздействовать на других людей путем своего авторитета, некоторые люди прибегают к *самовосхвалению*. Иногда это приводит к нужному эффекту: люди начинают более уважительно относиться к такому человеку (вспомним Хлестакова из комедии Н. В. Гоголя «Ревизор»). Однако чаще всего «саморекламщик» добивается обратного эффекта. «Раскусив» его, люди начинают воспринимать его как пустого, назойливого, недалекого и самовлюбленного хвастуна или как человека с низкой самооценкой. Поэтому к этому приему воздействия на других нужно подходить осторожно. Его эффективность зависит от многих факторов, но прежде всего от чувства меры и здравого смысла.

Самоназидательность преследует цель вызвать у других чувство вины. Для этого человек ставит в пример самого себя: «Я в твои годы...» – говорят родители своим детям, указывая на свои достижения. Человек, репрезентирующий себя как образец для подражания, стремится подчеркнуть свою примерность, образцовость мыслей и поступков, чтобы собеседник на его фоне осознал собственную никчемность и вину за нее.

Расчет здесь состоит в том, что человеку неприятно испытывать чувство вины, он стремится избавиться от этого пере-

живания, хочет «загладить вину» и поэтому становится легко управляемым. И не случайно, по мнению В. Райха (1997), в патриархальных семьях при воспитании детей специально культивируется чувство вины, чтобы они стали покорными и управляемыми.

5.7. Критика

Критика – это обсуждение, разбор чего-нибудь с целью вынести оценку, выявить недостатки; отрицательное суждение о чем-нибудь, указание недостатков (С. И. Ожегов).

Люди очень чувствительны к малейшим намекам на критику. Писатель Ларри Кинг по этому поводу говорит, что писателя критический отзыв огорчает гораздо больше, чем хвалебный радуется. Происходит это потому, что вообще негативная информация для людей оказывается более значимой, чем позитивная, так как, будучи менее обычной, она привлекает к себе больше внимания (*Yzerbyt, Leyens, 1991*). Результаты голосования на выборах зависят не столько от того, как повлияли на избирателей достоинства кандидатов, сколько от того, как повлияли их недостатки (*Klein, 1991*). Отсюда и «грязные» предвыборные технологии.

Это не значит, что критику как способ воздействия на людей надо исключить. Но используя ее, нужно учитывать, в какой форме она должна прозвучать, в какое время и в каком месте. Хорошие тренеры никогда не критикуют своих

спортсменов сразу после игры, когда эмоции еще не остыли. Они откладывают «разбор полетов» на следующий день, на «холодные головы». Иначе они могут выступить с необоснованной критикой, зря обидеть спортсмена.

Как воспринимать критику

Нам нередко приходится выслушивать критические замечания в свой адрес. Давно известно, что критика становится полезной лишь тогда, когда люди, которым она адресуется, имеют определенные установки на ее восприятие. Их можно свести к следующим положениям:

- Критика в мой адрес – мой личный резерв совершенствования.
- Объективно критика – это форма помощи критикуемому в поисках и устранении недостатков в работе.
- Критика в мой адрес – это указание направлений совершенствования того дела, которым я занимаюсь.
- Нет такой критики, из которой нельзя было бы извлечь пользы.
- Всякое приглушение критики вредно, так как «загоняет болезнь внутрь» и тем затрудняет преодоление недостатка.
- Конструктивное (с установкой на улучшение дела) восприятие критических замечаний не может зависеть от того, какими мотивами критикующий руководствовался (важно, чтобы была верно указана суть недостатка).

- Деловое восприятие критики не должно зависеть от того, кто (какой человек, с какими целями) высказывает критические замечания.

- Восприятие критики не должно зависеть от того, в какой форме она преподносится; главное, чтобы были проанализированы недостатки.

- Критика в мой адрес делает меня сильнее, так как позволяет увидеть и устранить то, что мешает мне достичь успеха и на что я сам мог и не обратить внимания.

- Главный принцип конструктивного восприятия – все, что я сделал, можно сделать лучше.

- Ценнейшая способность – уметь отыскивать в критике рациональное зерно даже тогда, когда оно с первого взгляда не просматривается.

- Любая критика требует размышлений: как минимум – о том, чем она вызвана, как максимум – о том, как исправить положение.

- Польза критических замечаний состоит в том, что они анализируют и сферы работы, не затрагиваемые в обсуждении.

- Первый шаг правильного восприятия критики – фиксация; второй – осмысление и выявление возможности использовать для дела; третий – исправление недостатка; четвертый – создание условий, исключающих его повторения.

- Меня критикуют – значит верят в мои способности исправить дело и работать без сбоев.

- Если критика в мой адрес отсутствует – это

показатель пренебрежения ко мне как к работнику.

- Наиболее ценная критика указывает на реальные ошибки того, кто, как кажется, работает хорошо.

- Критика возможных негативных последствий принятых мною решений – предпосылка своевременного предотвращения сбоев в работе.

- Умение увидеть в задаваемых вопросах критическое содержание – важная способность сотрудника и условие обнаружения слабых мест в организации дела.

- Подлинно деловое поведение человека предполагает умение выявить критическое отношение к своим действиям и поступкам даже тогда, когда открытая критика отсутствует.

Целуйко В. М., 2007, с. 284-285.

5.8. Слухи и сплетни

Слухи – это специфический вид неформальной межличностной коммуникации, это сообщение (исходящее от одного или более лиц) о некоторых событиях, официально не подтвержденных, устно передающееся в массе людей от одного человека к другому (доля таких слухов среди всех составляет 68% – А. Т. Хлопьев, 1996). Слухами могут быть сообщения как о реальных, так и вымышленных событиях, важных для определенной социальной группы. Предметом слухов может быть и какой-то человек (герой), чья личность

является социально значимой.

Слухи – это средство психологического воздействия на изменение мнений, отношений, настроений, поведения. Слухи могут использоваться для укрепления авторитета их распространителей, вызывания недоверия людей друг к другу, порождения сомнений разного рода. Н. Ронин (1999) отмечает и другие целевые назначения слухов: оптимальное распространение правды, создание определенного мнения о событии, ситуации или человеке; подготовка окружающих (путем притупления их реакции) к намеченному деянию; выяснение отношения людей к сообщаемому; разжигание смуты, страха, неуверенности.

Способствуют распространению слухов недостаток информации, субъективная неоднозначность событий. Они или возникают стихийно, или фабрикуются и распространяются целенаправленно.

Б. В. Дубинин и А. В. Толстых (1993) отделяют слухи от других информационно-психологических явлений. Так, высокая степень обобщенности отличает их от сплетен, доноса, дезинформации; привязка ко времени и среде своего возникновения – от байки, поверья; наличие свежей новости – от легенды, анекдота; неофициальность – от официальной информации.

Люди распространяют слухи только тогда, когда они способствуют удовлетворению какой-либо потребности. К их числу относятся *утилитарные потребности*, которые свя-

заны с достижением определенных целей (укрепление позиций в группе, ослабление или вывод из борьбы конкурента, формирование определенных мнений; по существу это акт агрессии, направленный на других, чтобы причинить им боль). Другой целью распространения слухов может быть потребность помочь другим людям, предупредить их о возможной опасности или неприятности.

Потребность в престиже удовлетворяется в том случае, когда владение эксклюзивной информацией повышает престиж человека. Это проявление *эксгибиционизма*, т. е. потребности обратить на себя внимание, выделиться, похвастаться своей осведомленностью. У слушателей создается впечатление о вхожести этого человека в референтную для них группу. Сам же распространитель слухов испытывает удовлетворение от их распространения, от реакции людей на распространяемый слух и для усиления этого эффекта «творчески» обогащает всякими деталями и подробностями свое сообщение. Это характерно для людей, которые не удовлетворены своим социально-психологическим статусом и которые не нашли своего места в жизни (А. М. Столяренко, 2002).

Потребность в снижении собственной тревожности тоже удовлетворяется с помощью слухов. Распространяя тревожащие самого человека слухи, он надеется на их опровержение другими людьми, что поможет снизить собственные сомнения и беспокойство.

Наконец, с помощью слухов удовлетворяются *познавательные потребности и интересы*. Особенно показательным в этом плане общение болельщиков в Интернете по поводу перехода или покупки тех или иных игроков в любимую команду во время трансферного окна. Причем распространению этих слухов способствуют печатные средства массовой информации.

В ходе циркуляции в массах народа слух имеет тенденцию становиться более коротким, сжатым; детали сообщения все более *сглаживаются*, причем наиболее интенсивно это происходит в самом начале его распространения (Олпорт, 2002). Одновременно происходит *заострение*, т. е. более четкое выделение оставшихся тем и деталей. При каждом акте приема-передачи слух *ассимилируется*, перестраивается в соответствии с потребностями, интересами и чувствами воспринимающего. При передаче слухов от одного человека к другому происходит *искажение* информации, причем тем сильнее, чем длиннее цепочка людей, участвующих в распространении слухов.

Некоторые люди имеют психологические особенности, делающие их высоковосприимчивыми к слухам: 1) высокая внушаемость, неспособность самостоятельно и критически оценить правдоподобность и обоснованность слуха; 2) чрезмерное любопытство человека, вечно прислушивающегося к любому разговору, каким бы далеким он для него ни был; 3) наличие недовольства, фрустрации, усталости, состояние

длительного ожидания.

Слух легче предупредить, чем пресечь. А. И. Китов (1990) сравнивает человека, долго не имевшего информации и услышавшего сплетню, с голодным. Если он набросился на первую попавшуюся ему еду (слух) и с несвойственной ему жадностью утолил голод (познавательную потребность), стыдить его за это бессмысленно, а кормить (достоверной информацией) поздно – он сыт и интерес к этой информации уже утерян.

Сплетни. Сплетня – это слух, основанный на неточных или заведомо ложных сведениях о ком-то. Целью сплетен является посеять недоверие, злобу, зависть к тому или иному человеку. Как правило, сплетни распространяются во времени и пространстве очень быстро, если не будут вовремя остановлены. Для сплетни характерно сочетание лжи и правды, небылицы и были. Это делает ее сначала робкой, немощной, но затем она безостановочно растет, обрастая новыми домыслами.

Единственной защитой от сплетни является ее гласное опровержение и обнаружение ее несостоятельности.

* * *

Используя второсигнальные (речевые) виды воздействия на адресата влияния, следует думать не только о содержании произносимых слов, но и о том, как их произносить,

какими действиями (жестами, мимикой) их сопровождать. Как показано Меграбяном (*Mehrabian A.*, 1972), при первой встрече адресат влияния на 55% верит невербальным сигналам другого человека, на 38% – паралингвическим сигналам (громкость речи, интонация, смешки, покашливание и т. п.) и только на 7% – содержанию речи. Лишь при повторных встречах это соотношение меняется, но все равно невербальные и паралингвические сигналы не теряют своего значения.

5.9. Способы защиты от воздействий

Каждому человеку часто не по душе то, что на него оказывается то или иное вербальное воздействие. Требуется защита от этого воздействия или проявление контрсуггестии (противовнушения). Как пишет Е. В. Сидоренко (1998), «для большинства [людей] актуальной проблемой является не столько то, как *влиять* на других людей, сколько то, как *противостоять* их влиянию. Объективно гораздо большее психологическое страдание вызывает ощущение безнадежности собственных попыток преодолеть чужое влияние или отстраниться от него психологически оправданным способом. Собственная неспособность влиять на других людей переживается гораздо менее остро. Иными словами, большинству людей кажется, что методами влияния они владеют в достаточной для них степени, а вот методами противостояния чужому влиянию – явно не в достаточной» (с. 123).

Б. Ф. Поршнев (1979) выделил такие способы контрсуггестии, как избегание и отрицание авторитетности источника воздействия.

Избегание. Это наиболее кардинальный способ контрсуггестии, состоящий в уклонении от контакта с партнером, который рассматривается как «чужой», «враг», «недоброжелатель». Естественно, при этом общение становится невозможным. Если уклониться все же не удастся, то человек прилагает все усилия, чтобы не воспринять сообщение: невнимателен, не слушает («пропускает мимо ушей»), не смотрит на собеседника, постоянно находит повод отвлечься, использует любой предлог для прекращения разговора.

Отрицание авторитетности источника воздействия. Если человеку отказать в авторитетности, то все, что он говорит, можно подвергать сомнению или игнорировать его сообщение по принципу «Яйца курицу не учат». Бывает, что у человека есть только один кумир, мнению которого он безусловно доверяет, в этом случае все остальные лишаются авторитетности. Естественно, их мнение, внушение, советы не воспринимаются. Например, один известный спортсмен отрицательно относился к тем способам тренировки, которые ему предлагали тренеры и товарищи по команде, пока он не узнал, что этот же способ использует и его кумир.

К этим способам контрсуггестии можно добавить еще один – **игнорирование сообщения**, основываясь на установке «Меня это не касается». Например, когда алкоголика

уговаривают пройти курс лечения, он отвечает: «Я не алкоголик. Мне это не надо».

Усиление личной позиции. Этого можно достичь, если сделать свою позицию достоянием гласности раньше, чем человек столкнется с мнением других людей. Защищая ее, человек становится менее восприимчивым («открытым») к тому, что станут говорить другие. Так, Ч. Кайслер (*Kiesler*, 1971) обнаружил, что когда люди, заявившие свою позицию, сталкиваются с не очень сильными контраргументами, не способными выбить у них почву из под ног, они лишь укрепляются в собственном мнении. Этому способствует и то, что когда кто-либо нападает на установки, которыми человек дорожит, он обычно раздражается и обдумывает контраргументы. Такое похожее на прививку против инфекционных болезней воздействие называется *инокуляция установки*.

Группа ученых во главе с Альфредом Макалистером сделала «прививки» семиклассникам против втягивания в курение сверстниками (*McAlister et al.*, 1980). Подростков научили следующим образом реагировать на рекламный слоган «Курящая женщина – свободная женщина»: «Какая же она свободная, если „подседа“ на табак?» Они также участвовали в ролевых играх, в ходе которых – после того, как их называли «несмышленищами» за отказ от сигареты, – они отвечали примерно следующее: «Если бы я согласился закурить ради того, чтобы произвести на тебя впечатление, вот тогда я точно

был бы несмышленишем!» После нескольких подобных занятий во время обучения в седьмом и восьмом классах среди «привитых» учеников было в два раза меньше склонных к тому, чтобы начать курить, чем среди ровесников в другой школе, среди родителей которых было примерно столько же курильщиков.

Майерс Д., 2004, с. 328-329.

Е. В. Сидоренко (1998) приводит более расширенный список видов психологического противостояния влиянию (воздействию) – табл. 5.1.

Е. В. Сидоренко отмечает, что каждому виду влияния могут быть противопоставлены разные виды противостояния и один и тот же вид противостояния может использоваться по отношению к разным видам влияния.

Соппротивление субъекта убеждающим воздействиям зависит от его морального состояния. При подавленности человека, понимании им бесперспективности того, что он делал раньше, его сопротивление резко уменьшается.

Таблица 5.1. Виды психологического противостояния влиянию

Вид противостояния	Определение
Контраргументация	Сознательный аргументированный ответ на попытку убеждения, опровергающий или оспаривающий доводы инициатора воздействия
Конструктивная критика	Подкрепленное фактами обсуждение целей, средств или действий инициатора воздействия и обоснование несоответствия целям, условиям и требованиям адресата
Энергетическая мобилизация	Сопrotивление адресата попыткам внушить или передать ему определенное состояние, отношение, намерение или способ действия
Творчество	Создание нового, пренебрегающее влиянием образца, примера или моды либо преодолевающее его
Уклонение	Стремление избегать любых форм взаимодействия с инициатором воздействия, в том числе случайных личных встреч и столкновений
Психологическая самооборона	Применение речевых формул и интонационных средств, позволяющих сохранить присутствие духа и выиграть время для обдумывания дальнейших шагов в ситуации деструктивной критики, манипуляции или принуждения
Игнорирование	Действия, свидетельствующие о том, что адресат умышленно не замечает либо не принимает во внимание слова, действия или выраженные инициатором воздействия чувства
Конфронтация	Открытое и последовательное противопоставление адресатом своей позиции и своих требований инициатору воздействия
Отказ	Выражение адресатом своего несогласия выполнить просьбу инициатора воздействия

В. Шпеер, министр фашистской Германии, пишет в своих мемуарах: «Еще в декабре 1944 г. нечего было и думать о том, что он (Гитлер. – *Е. И.*) когда-нибудь выразит желание выслушать мое мнение о бесперспективности дальнейшего продолжения военных действий. Невозможно было представить себе, что он согласится пойти на уступки и пересмотреть свой приказ о применении тактики выжженной земли... В последние недели жизни Гитлер... вышел из состояния оцепенения... Он вновь начал прислушиваться к аргументам, которые прежде безоговорочно отвергал. Но это вовсе не означало, что он снова почувствовал себя внутренне свободным. Гитлер скорее производил впечатление человека, осознавшего, что дело его жизни окончательно погребло; благодаря еще не до конца растроченной энергии он по инерции

двигался по накатанной колее, но на самом деле уже махнул на все рукой и покорился судьбе» (с. 619).

Человек склонен воспринимать... только то, что соответствует доминирующей эмоции. Возникает своеобразный «порочный круг»: содержание того, что воспринимается и вспоминается, усиливает и упрочивает эмоцию. Это, в свою очередь, еще больше укрепляет тенденцию к сосредоточению на содержании эмоции. Человек, которого глубоко задело пережитое унижение, не только постоянно мысленно к нему возвращается, но и вспоминает другие унижения, испытанные в прошлом, сосредоточивает свое внимание на том, что существует угроза дальнейших унижений в будущем, и т. п. Это приводит к усилению прошлого переживания. Человек в состоянии глубокого беспокойства замечает в себе и вокруг себя все новые поводы для тревоги; в состоянии обиды – все новые поводы для того, чтобы почувствовать себя оскорбленным; влюбленный – все новые проявления достоинств обожаемого лица; человек, охваченный чувством вины, – все больше подтверждений своей греховности.

Именно поэтому, как правило, безуспешными оказываются попытки повлиять на сильные эмоции при помощи уговоров, объяснений и иных способов рационального воздействия. Из всей сообщаемой информации человек выбирает, воспринимает, запоминает только то, что соответствует

доминирующему эмоциональному процессу. Всякие попытки убедить его в том, что не стоит огорчаться, что обида не столь уж велика, что предмет любви не заслуживает испытываемых к нему чувств, как правило, безуспешны и лишь вызывают ощущение непонимания. В таких случаях важнее помочь человеку разрядить эмоцию, т. е. создать такие условия, при которых наиболее полное выражение эмоции снижает на некоторое время ее интенсивность, после чего появляется возможность устранить источник эмоции и предупредить ее повторение. Другой способ выхода из эмоционального порочного круга – образование нового эмоционального очага, достаточно сильного, чтобы затормозить прежнюю эмоцию.

Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погорыша В. М., 2001, с. 216-217.

ГЛАВА 6

Манипуляция

6.1. Характеристика манипулятивного общения

Особым видом воздействия на партнера по общению является манипуляция, которой пользуются прежде всего профессионалы влияния (или, как их называет Р. Чалдини (1999), – «профессионалы уступчивости»): продавцы, работники сферы обслуживания, руководители, таксисты, официанты, вербовщики религиозных сект, попрошайки и мошенники. Манипуляция используется педагогами в отношении учащихся и учащимися в отношении педагогов, а также родителями в отношении своих детей и детьми в отношении своих родителей.

Под манипуляцией понимают *скрытое от адресата* побуждение его к изменению отношения к чему-либо, принятию решений и выполнению действий, необходимых для *достижения манипулятором собственных целей*. При этом важно, чтобы адресат считал эти мысли, решения и действия своими собственными, а не «наведенными» извне, и признавал себя ответственным за них. Таким образом, манипуля-

тор перекладывает ответственность за совершенное по его же научению на свою жертву. Отсюда и негативное отношение к манипуляции, хотя манипуляция может иметь и положительные последствия (например, в обучении и воспитании). Поэтому утверждение, что «манипулятивное общение – это такое общение, при котором к партнеру относятся как к средству достижения внешних по отношению к нему целей» (Ю. С. Крижанская, В. П. Третьяков, 1990, с. 179), можно принять с оговоркой: это часто имеет место, но не всегда. Педагог, манипулируя учеником, стремится достичь целей, объективно не являющихся внешними по отношению к этому ученику (хотя с точки зрения самого ученика эти цели кажутся ему ненужными).

При манипулятивном общении восприятие партнера носит специфический характер: его рассматривают как совокупность качеств, которые могут пригодиться при достижении своей цели, а не как целостную личность. Специфична при манипулятивном общении и самоподача: собеседнику демонстрируется только то, что поможет достижению цели. И конечно, важно найти правильный подход к собеседнику, своеобразную тактику, учитывая и его особенности, и наличную ситуацию.

Так, используемая при убеждении аргументация часто бывает некорректной, манипулятивной, когда она направлена:

- *к авторитету*: ссылка на высказывания и мнения выда-

ющихся людей, общественное мнение, собственный авторитет; часто расчет делается на то, что лишь одно упоминание известного имени может оказать воздействие на колеблющегося человека;

- *к верности*: вместо обоснования предлагаемого склоняют субъекта к его принятию в силу верности, привязанности, дружбы и т. п.;

- *к выгоде*: агитация за принятие предложения вследствие его выгоды в экономическом, моральном или политическом отношении;

- *к жалости*: взывание к человеколюбию и состраданию, возбуждение желания помочь, уступить, ссылаясь на свое тяжелое положение, усталость, плохое самочувствие; при этом часто преследуется цель избавиться себя от выполнения каких-то поручений, от каких-то обязанностей;

- *к здравому смыслу*: вместо реального обоснования – апелляция к обыденному сознанию, которое нередко обманчиво, если речь не идет о повседневных делах или обыденных вещах;

- *к личности*: ссылка на личные особенности субъекта, их обсуждение вместо доказательства (обоснования) предложения;

- *к невежеству*: использование фактов и положений, неизвестных субъекту (действует на субъекта, который не хочет признаваться в том, что чего-то не знает);

- *к публике*: ссылка на мнения, чувства, материальные ин-

интересы субъектов;

- *к силе*: угроза неприятными последствиями или применением каких-то средств принуждения;

- *к тщеславию*: расточение неумеренных похвал в надежде, что, тронутый комплиментами, субъект станет мягче и покладистее; сюда же, при использовании метода, который называется «задеть самолюбие», можно отнести и апелляцию к самооценке и самоуважению личности (усомниться в возможности субъекта совершить что-либо, сообщить обидную для него оценку со стороны других, сравнить его с кем-либо, т. е. осуществить так называемую *антиподную мотивацию*);

- *к фикции*: к принципам и идеям, не имеющим (или имеющим косвенное) отношения к реальности, которых, однако, придерживается значительное число людей (мнения – стереотипы, приметы);

- *к человеку*: в поддержку своей позиции приводятся основания, выдвигаемые противной стороной в споре («Ты же сам сказал, что.») или вытекающие из принимаемых ею положений.

Способы (приемы) манипулятивного воздействия. Е. Л. Доценко (1997) выделено четыре способа манипулятивного воздействия, соответствующих основным признакам манипуляции.

1. Тайный характер манипулятивного влияния обеспечивается многовекторностью воздействия: отвлечение внима-

ния адресата, ограничение внимания на требуемом содержании, снижение критичности адресата, повышение собственного ранга в его глазах, изоляция адресата от других людей и т. д.

2. Для оказания психологического давления используются: перехват инициативы, введение своей темы, сокращение времени для принятия решения, рекламирование себя или намеки на широкие связи и возможности, апелляция к присутствующим и т. п.

3. Проникновение в психическую сферу адресата происходит через затрагивание «струн души», т. е. значимых для него переживаний (из-за невысокого роста, болезни, полноты), его гордость за собственное происхождение, нетерпимость к какому-то типу людей, хобби, любопытство.

4. Эксплуатация личностных качеств адресата представляет собой имитацию процесса принятия решения им самим. Первый шаг – создание (или актуализация) конкуренции мотивов. Второй шаг – изменение побудительной силы конкурирующих мотивов в пользу того мотива, который нужен манипулятору.

Р. Чалдини (1999) пишет о манипулятивных приемах, эксплуатирующих нормы долга и ответственности. Одним из них является использование *эффекта «нога в двери»*. Опытные торговые агенты утверждают, что если удалось просунуть ногу в дверь дома, то проблем со сбытом товара уже не будет. Расчет при этом строится на том, что дверь без

длительных расспросов «кто?» и «зачем?» открывают, как правило, люди простоватые, сердобольные и совестливые. А затем срабатывает психологическая закономерность: если человек уступил однажды, согласившись выполнить небольшую просьбу (открыл дверь), то очень велика вероятность, что он уступит и в дальнейшем, выполнив более существенную просьбу. В данном случае манипулятор действует в соответствии с поговоркой: «Дай палец – руку откусит». Эффект приема «нога в двери» объясняют тем, что, оказав необременительную помощь при первой просьбе, индивид начинает осознавать себя отзывчивым человеком, готовым помочь другим в хорошем деле. Восприятие себя нужным людям повышает самооценку индивида, и человек бессознательно или осознанно налагает на себя моральные обязательства – быть таким же (нужным, отзывчивым) и впредь. Это становится необходимым для сохранения своей высокой самооценки, так как человеку важно воспринимать себя хорошим не от случая к случаю, а постоянно. В советское время руководящие органы использовали этот прием, заставляя трудящихся брать на себя «социалистические обязательства».

Этот прием срабатывает при соблюдении двух условий. Во-первых, необходимо, чтобы первая просьба была достаточно значимой для того, чтобы у адресата просьбы после ее выполнения появились основания воспринимать себя как примерного, отзывчивого человека, готового прийти на по-

мощь. Во-вторых, человек должен полагать, что он самостоятельно согласился выполнить вторую просьбу, без принуждения со стороны.

Другой прием – «*пробный шар*». Например, студентов спрашивают, не хотят ли они посетить какое-то мероприятие («пробный шар»), и после получения их согласия объявляют, что занятия начнутся в 7 часов утра. Несмотря на ранний час, большинство студентов придут на объявленное мероприятие, так как своим согласием они уже приняли на себя обязательство, им становится неловко отказываться, так как они хотят и перед собой, и перед другими сохранить образ «человека слова».

Если же им сразу вместе с приглашением сказали бы, что мероприятие начнется в 7 часов утра, то большинство студентов не захотели бы на нем присутствовать.

Разновидностью «пробного шара» является прием «*приманка*», используемый в торговле. Его суть состоит в следующем. В магазине выставляется какая-то вещь (предположим, рубашка) по низкой цене. Покупатель, вдохновленный низкой ценой, хочет купить эту вещь. Но тут выясняется, что нужного размера нет. Видя огорчение покупателя, продавец предлагает ему точно такую же рубашку, подходящую по размеру, но уже за обычную цену, объяснив, что она из другой партии товара, поэтому ее еще не уценили. Что делают покупатели в данной ситуации? Большинство, безусловно, откажутся от покупки. Однако некоторая часть покупа-

телей будет себя чувствовать неловко. Ведь продавец был таким вежливым и обходительным, потратил столько времени, и человеку становится неудобно отказываться от покупки: «Еще подумает, что я скряга и соблазнился дешевизной».

Собственно приманка используется в тех случаях, когда для заманивания людей обещают «золотые горы», а потом все оказывается совсем не так, как в рекламе.

Следующий манипулятивный прием основан на действии норм социальной взаимности. Называется он *«не в дверь, так в окно»* и осуществляется следующим образом. Сначала человека просят выполнить какую-то явно завышенную и обременительную для него просьбу, и после того, как он откажется ее удовлетворить, его просят о более скромном одолжении. Как правило, вторую, сниженную просьбу человек соглашается выполнить. Чалдини полагает, что уступчивость, проявляемая при уменьшении просьбы, объясняется тем, что человек принимает ее как уступку и поэтому идет навстречу просителю, чтобы не выглядеть в его и своих глазах черствым и неблагодарным. На уступку он отвечает взаимностью.

Кроме того, срабатывает механизм контраста: по сравнению с первой просьбой вторая кажется пустяковой.

Этот прием требует соблюдения двух условий: обе просьбы должны исходить от одного и того же человека и касаться одного и того же.

Для манипуляции иногда используются такие приемы, как

поддразнивание («Тебя что, так легко заставить подчиниться?»), подзадоривание («Вряд ли ты можешь на это решиться»). Но наиболее часто в качестве средств манипулирования используются демонстрация своей слабости, беспомощности, а также заискивание, лесть и ложь, обман.

6.2. Демонстрация слабости, беспомощности

Преувеличенная демонстрация своей слабости, неосведомленности, неопытности используется для того, чтобы пробудить у адресата стремление помочь, сделать за манипулятора его работу и т. п. Вспомним вдову из чеховского рассказа: «Я женщина слабая, беззащитная.», пытавшуюся таким путем оказать давление на чиновника и «выбить» пенсию за умершего мужа.

Имеется ряд индивидуально-психологических особенностей, способствующих возникновению беспомощного поведения:

- преобладание мотива избегания неудачи над мотивом достижения успехов;
- низкая самооценка и заниженный уровень притязаний;
- повышенная тревожность;
- неуверенность в себе;
- отсутствие желания найти выход из сложившейся ситуации;

- отрицательный опыт в преодолении той или иной трудности.

Со временем человек привыкает быть беспомощным и начинает использовать беспомощность для достижения своих целей. Он стремится вызвать у других чувство жалости, сочувствия, пробудить у них стремление заботиться о нем. Жалеющий человек становится мягким, покладистым, им легко манипулировать. Его легче убедить в том, что именно он несет ответственность за благополучие беспомощного.

6.3. Заискивание, лесть, подхалимаж

Заискивание – это стремление добиться чьего-то расположения путем лести и угодничества: подчеркнутым преклонением перед кем-то, почтительным выслушиванием наставлений или просто почтительным молчанием в присутствии другого (начальника, авторитета). Заискивание может восприниматься как вежливость, воспитанность, обходительность, отзывчивость и доброта.

Лесть (подхалимаж) – это угодливое, лицемерное восхваление. Однако это не всегда безудержное восхваление в адрес другого (грубая лесть). Она может быть и замаскированной, тонкой. Это могут быть всевозможные комплименты, одобрение слов и поступков, согласие с чужим мнением, восхищение.

Действие лести основано на срабатывании психологиче-

ского механизма: знание, что мы кому-то нравимся, вызывает ответную реакцию в виде благорасположения (симпатии) и желания уступить (*Bersheid, Walster, 1978*). Лесть действует даже в том случае, если человек понимает, что им пытаются манипулировать. Мы испытываем симпатию к тем, кто нас хвалит, часто даже тогда, когда похвала явно фальшива (*Byrne et al., 1974*).

Эксперимент, проведенный с группой людей... показал, насколько беспомощными мы оказываемся тогда, когда сталкиваемся с лестью. Мужчинам, принимавшим участие в этом исследовании, дали возможность узнать, что говорили о них люди, которые в чем-то зависели от этих мужчин. Одни узнали только положительное, другие – только отрицательное, а третьи – смесь хорошего и плохого. Исследователи сделали три интересных вывода. Во-первых, больше всего участникам эксперимента понравились те люди, которые их только хвалили. Во-вторых, симпатия к этим людям возникла несмотря на то, что участники эксперимента прекрасно понимали, что льстецы стремились извлечь выгоду из их благорасположения к ним. Наконец, в отличие от всякого рода критических замечаний, похвале не обязательно быть точной, чтобы действовать. Ободряющие замечания вызывали расположение к льстецу и тогда, когда они были верными, и тогда, когда они были неверными (*Drachman et al., 1978*).

Очевидно, мы склонны автоматически реагировать

на похвалы.

Чалдини Р., 1999, с. 165.

Лесть используют для манипулирования человеком, чаще всего – начальником, чтобы расположить его к себе и получить какие-то преимущества перед другими сотрудниками (продвижение по служебной лестнице, льготы). Легко поддаются такому манипулированию честолюбивые люди, заблуждающиеся относительно своих достоинств. Лесть может касаться как реальных заслуг человека, так и мнимых. В последнем случае лесть становится обманом.

6.4. Обман, ложь, вранье

В книге «Психология. Словарь» (1990) ложь определяется как феномен общения, состоящий в намеренном искажении действительного положения вещей. Более конкретное определение лжи дает Ф. Л. Карсон с соавторами (*Carson et al.*, 1989, с. 388): «Ложь есть умышленно ложное утверждение, которое предназначено для того, чтобы обмануть другого, или предполагает вероятность обмана другого».

Отмечается, что ложь чаще всего находит выражение в тех речевых сообщениях, немедленная проверка содержания которых затруднена или невозможна. Ее цель – ввести реципиента в заблуждение и за счет этого добиться личных или социальных преимуществ.

В психологии, пишет В. В. Знаков (1999б), ложь, как и

правда, характеризуется по трем основным признакам: *фактической истинности* или ложности утверждения; *вере* говорящего в истинность или ложность утверждения; наличие или отсутствию у говорящего *намерения* ввести в заблуждение слушающего. Такую точку зрения высказал еще в начале XX в. В. В. Зеньковский (переиздание 1996 г.), а в наше время такой точки зрения придерживаются Стрихартц и Бертон (*Strichartz, Burton, 1990*), Коулмен и Кей (*Coleman, Kay, 1981*). В соответствии с этой триадой В. В. Знаков *ложью* называет *намерение обмануть партнера путем утверждений, не соответствующих фактам, причем говорящий сам не верит в истинность утверждения.*

При использовании обмана (лжи) вместо образа себя мы подсовываем партнеру стереотип, который мы считаем наиболее выгодным в данный момент, выдвигаем ложные мотивы (причины), искажаем действительную ситуацию.

На фоне вышесказанного не очень понятно отделение В. В. Знаковым обмана от лжи и определение обмана как намерения обмануть партнера путем утверждения, соответствующего фактам, причем говорящий верит в истинность утверждения. Но как можно обмануть кого-то высказыванием, которое соответствует тому, что есть на самом деле? Если я, играя с ребенком, говорю, что шарик у меня в правой руке (что соответствует действительности, и поэтому я верю в истинность своего утверждения), то разве я его обманываю? Если у меня есть намерение обмануть ребенка, то я должен

ему сказать, что у меня нет шарика, т. е. соврать ребенку.

Знаков пишет, что обман – это полуправда, это утаивание части важной информации, необходимой для понимания целого. Но тогда чем ему не понравилось следующее определение обмана: «Обман может быть определен как поступок или утверждение, цель которого – скрыть истину от другого или ввести его в заблуждение» (Знаков, 1999а, с. 782)?

В. В. Знаков пишет, что успешный обман обычно основывается на эффекте обманутого ожидания. Обманом мы считаем невыполненное обещание, несовпадение наших неадекватных представлений о чем-либо с действительностью (обманутые надежды). Кроме того, автор считает, что в качестве специфической характеристики обмана выступает его связь с реальными действиями (например, с мошенничеством), в частности – с материальными потерями для обманутого. Обман, пишет Знаков, включает манипулятивное использование контекстных особенностей, которое создает ложное представление о ситуации. Более адекватной представляется точка зрения (С. Бок [Bok, 1978], Р. Хоппер, Р. А. Белл [Hopper, Bell, 1984]), согласно которой обман является более широким понятием, чем ложь. Хоппер и Белл отмечают, что обман нельзя сводить только к ложным вербальным утверждениям – он не может ограничиваться словами. Чаще всего обман основывается на исполнении определенной роли, а не на конкретном противоречащем фактам утверждении. Так, нерадивый студент играет роль усердного, чтобы, создав

о себе у профессора хорошее впечатление, на экзамене получить хорошую отметку. Действительно, обмануть человека (ввести его в заблуждение) можно разными способами: сказать половину правды или сказать неправду, осуществить какое-то действие (что делают мошенники) или, наоборот, пообещав что-то, не сделать этого. Солгать же можно только одним способом – вербальным, т. е. с помощью устной или письменной речи. Мне представляется, что есть и еще одна особенность лжи как обмана, а именно наличие негативного эмоционального отношения к человеку, сообщающему информацию. Это скорее негативная, враждебная оценка обмана в виде вранья. Когда мы раздражены и враждебно относимся к кому-то, мы говорим «Ложь!» или «Ты лжешь!», а не «Ты обманываешь» или «Не ври». Последнее выражение более подходит для спокойного разговора или для игры. Сравните две характеристики человека, используемые в разговорной речи: «Лжец!» и «Обманщик». Если первая характеристика отражает гневное состояние говорящего, демонстрирует негативное отношение к собеседнику, то вторая может отражать и симпатию к этому человеку. Впрочем, в разные эпохи эти слова могут иметь различную эмоциональную окраску и предназначение. Вспомним А. С. Пушкина: «Сказка ложь, да в ней намек...» или название пьесы Шеридана «Милый лжец». Тут и намек нет на конфликт.

Более понятно отделение В. В. Знаковым неправды от лжи. *Неправда* – это утверждение, не соответствующее фак-

там без намерения обмануть партнера. Это то, что называется заблуждением человека (С. Линскольд, П. Уолтерс [*Lindskold, Walters, 1983*]). Следовательно, когда человек говорит неправду, элемент манипуляции отсутствует, когда же он намеренно обманывает, лжет, то он манипулирует собеседником.

Вранье, по В. В. Знакову, – не дезинформационный и не манипулятивный феномен, потому что враль, выдумывающий небылицы, не надеется, что ему поверят, и он не ожидает от своего вранья получения для себя какой-то выгоды. В этом акте общения тоже, как и при неправде, отсутствует намерение обмануть слушателя. У писателя Н. Носова есть чудесный рассказ «Фантазеры», когда два мальчика занимаются творческими измышлениями, в которые они сами начинают верить. Для них главное – кто лучше совет, напридумывает. Поэтому враль получает удовольствие от своего вранья, так как ему льстит внимание слушателей. Примером этого является Хлестаков из комедии Н. В. Гоголя «Ревизор».

Вранье, пишет В. В. Знаков, может быть защитным механизмом личности из-за нежелания обнажать свою душу перед посторонними людьми вследствие боязни насмешек или проявления снисходительного отношения. С. Цвейг отмечает эту черту характера у Стендаля и пишет, что Стендаль не прочь приврать безо всякого внешнего повода – только для того, чтобы вызвать к себе интерес и скрыть свое собствен-

Представим себе простую ситуацию. Вы находитесь в некоем доме отдыха с ребенком и женой. Вы взяли с собой работу, которую должны закончить к концу отпуска. Все возможности работать есть, но вы привыкли по вечерам перед работой пить кофе. Кофе у вас взят с собой, а вот кипяtilьник вы забыли. Вы узнаете, что у администратора есть электрический чайник, но его никому не дают. Итак, как выпросить чайник? Совершенно верно – все зависит от того, кто сегодня дежурит. Например, дама лет сорока пяти с вполне располагающим лицом, приятными манерами и всегда радостно реагирующая на вашего ребенка. К ней вы подойдете и скажете, что вам необходим кипяток, чтобы заварить лекарство от аллергии (стереотип: «добрая бабушка»). Завтра дежурит совсем молоденькая девушка, очень робкая и от всего смущающаяся. Ей вы ничего не будете объяснять, просто таинственно и слегка властно подмигнете, маленький высокомерный комплимент – и чайник в ваших руках (стереотип: «ищу мужа»). А послезавтра к непреклонной с виду тридцатипятилетней женщине с красивым макияжем вы подойдете и тихо объясните, что у вашей жены от солнца что-то случилось с кожей лица, срочно нужно сделать примочку, жена в ужасе – она завтра не сможет показаться на людях (стереотип: «красота требует жертв»). Так или иначе, чайник можно всегда выпросить – все зависит от искусства (манипуляции).

Но обратите внимание, что в такой ситуации вы не скажете правды, т. е. что вам надо работать. Просто кажется, что это не будет убедительным, так как не komponуется со стереотипами партнеров. Иначе говоря, в манипулятивном общении самоподача состоит в том, чтобы облегчить стереотипизацию партнеру и чтобы полученный им стереотип при этом согласовывался бы с вашим стереотипом партнера (добрая бабушка – заботливый отец, ищущий мужа – супермен и т. п.).

Крижанская Ю. С., Третьяков В. П., 1990, с. 184-185.

И опять возникает вопрос: разве вранье – это не обман? Ведь врать, как и обманывать, можно с разными целями. Одно дело – развлекаться путем выдумывания небывлиц, другое дело – намеренно вводить человека в заблуждение. Вранье – это один из способов обмана, который связан с речью. Ложь – это тоже вранье, но в современном разговорном языке чаще всего с негативной оценкой принимающего неправильную информацию.

Вранье приобретает характер *клеветы (оговора)*, если порочит кого-то, ложно обвиняет в чем-то. Она может замаскироваться под малозначительные и случайные высказывания, которые могут быть приняты за таковую якобы лишь по недоразумению.

Нельзя не отметить некоторую путаность В. В. Знакова в понимании лжи. С одной стороны, он пишет, что «для квалификации лжи как психологической категории достаточно, чтобы один из партнеров по общению, высказывая какое-ли-

бо суждение, думал, что он лжет, т. е. считал, что *умышленно искажает факты*». С другой стороны, он тут же продолжает: «однако если он ошибается, то такую *ложь* следует характеризовать не как объективную, а как субъективную (в смысле искаженного отражения действительности), мнимую, кажущуюся» (1999а, с. 254; выделено в тексте мной. – Е. И.). Но где же во втором случае умышленное искажение фактов? Например, если я ошибочно (без намерения обмануть, соврать) сообщил спрашивавшему человеку неправильное время, то я солгал? Если да, тогда нет необходимости связывать ложь непременно с преднамеренным искажением или умалчиванием фактов, на чем настаивает В. В. Знаков. Если же это не так, то зачем говорить о мнимой, субъективной лжи? Тогда это непреднамеренное введение человека в заблуждение, или *неправда*, по классификации самого автора.

Понятие лжи, вранья относится к сообщению, в котором факты преднамеренно искажаются или замалчиваются, а не к его субъективному восприятию другим человеком. Ложь, вранье объективны по своей сути. Восприятие же слушателем (реципиентом) правды или неправды, т. е. оценка достоверности сообщения – это субъективный процесс, касающийся *веры* (доверия) человека к источнику информации. Я могу думать, что меня обманывают, или могу поверить в обман, и здесь нет никакого соответствия с ложью или правдой.

Поэтому упорное настаивание В. В. Знакова на тезисе, что «человек может лгать, сообщая человеку истину» (с. 254),

совершенно некорректно не только с точки зрения логики и теории познания, о чем пишет сам автор, но и с точки зрения психологии. Его утверждение о лжи с помощью истины, «вполне осмыслимое и допустимое» для психолога, не может быть принято, поскольку приводимый им пример не подтверждает правоту этого тезиса. Вот этот пример: «Допустим, у субъекта К. есть знакомый, который ему не нравится, и он хочет сделать так, чтобы у него были неприятности. К. сказал знакомому, что поезд, на котором тот должен ехать в командировку, отходит на час позже срока, запомненного К. при чтении расписания. Но К. ошибался: поезд действительно отправился на час позже, и его знакомый благополучно уехал. Объективно сказав истину, субъективно К. солгал» (с. 254255). К. действительно солгал, поскольку он и сам не знал истины, т. е. реального времени отправления поезда. Истина же понимается как соответствие знания вещам. Вследствие этого он не мог сообщить истину командировочному. Ведь он руководствовался выдумкой, а не знанием реального времени отправления поезда. Это время стало бы истиной для К. в том случае, если бы он узнал о новом расписании отправления поезда, т. е. *отразил бы этот факт в своем сознании* как реальный. В рассматриваемом же примере произошло *случайное совпадение* двух независимых друг от друга фактов: ложного сообщения и изменения в расписании поездов. Точно так же, желая напугать кого-то, я мог сказать, что сегодня на Землю упадет метеорит, поня-

тия не имея, приближается он к Земле или нет. И если он действительно упадет, то это не значит, что я знал эту истину и сообщил ее собеседнику.

Вообще же грань между словами «вранье» и «ложь» в разговорной и письменной речи практически неразличима. Не случайно в «Словаре русского языка» С. И. Ожегова даются такие толкования обмана, вранья и лжи, которые трудно дифференцировать друг от друга. *Обман* – это ложное представление о чем-нибудь, заблуждение; *вранье* – ложь, вздор, выдумка; *ложь* – намеренное искажение истины, неправда. *Врать* – лгать, говорить неправду, говорить вздор, болтать; *обмануть* – ввести в заблуждение, поступить недобросовестно по отношению к кому-нибудь; *лгать* – клеветать, возводить напраслину. Из этого толкования рассматриваемых актов следует, что лгать – это то же, что и обманывать, только *с враждебными намерениями опорочить человека, нанести ему моральный ущерб*. Но врать (говорить неправду, вводить в заблуждение) можно и без злого умысла, выдумывать просто так, говорить всякий вздор. Вранье (включая ложь) является вербальным способом обмана. Но обман может совершаться и другим способом, а именно – действиями (например, во время войны можно обмануть соперника ложными маневрами). К последнему способу обмана следует отнести и *лицемерие*, т. е. поведение, прикрывающее неискренность, злонамеренность притворным чистосердечием, добродетелью. Возможно использование при обмане и слов и

действий одновременно. Отсюда отношения между этими тремя понятиями не рядоположные, как у В. В. Знакова, а иерархические (табл. 6.1).

Таблица 6.1. Соотношение слов и действий при обмане

Обман		
С помощью речевых сообщений (вранье)		С помощью действий или их отсутствия (ложный маневр, махинация, игра, роли, лицемерие, невыполнение обещаний)
С враждебной целью (ложь)	Без враждебной цели (вздор, небылицы)	

В. В. Знаков пишет, что «цель лгущего – с помощью вербальных и невербальных средств коммуникации дезинформировать партнера, ввести его в заблуждение.» (с. 258).

Важно знать признаки, на которые нужно опираться при распознавании лжи. Краут (*Kraut, 1978*) отмечает, что при приеме на работу подозрение, что претендент лжет с целью произвести хорошее впечатление, должны вызывать слишком долгое обдумывание ответов на простые вопросы, пропуски необходимых деталей, неопределенные ответы, избегание зрительного контакта. Аналогичные результаты были получены при изучении признаков лжи, на которые ориентируются таможенники (*Kraut, Poe, 1980*). Уайд и Орне (*Waid, Orne, 1981*) отмечают, что человек, говорящий неправду, выглядит неестественно. Его речь менее спонтанная, более подготовленная, говорящий обнаруживает равнодушие к ее содержанию. Интересно, что лгуны сами не умеют определять, когда лгут им (*DePaulo, Rosenthal, 1979*).

Психологи установили, что чаще лгут субъекты с малой устойчивостью к стрессу, повышенной тревожностью, нев-

ротичностью, а также склонные к совершению антисоциальных поступков (*Fjordbak, 1985*). Экстерналы чаще лгут, чем интерналы (*Lefcourt, 1976*).

Распространено мнение, выраженное еще Н. А. Бердяевым, что «женщины лживее мужчин, ложь есть самозащита, выработанная историческим бесправием женщины со времен победы патриархата над матриархатом» (1991, с. 79). О большей лживости женщин писал и О. Вейнингер (1991). С другой стороны, В. В. Знаков (1999а, б) выявил, что лица женского пола считают себя более честными, чем лица мужского пола.

В более ранней работе (В. В. Знаков, 1997) он показал, что важную роль в понимании неправды, лжи и обмана мужчинами и женщинами играют в разной степени сознаваемые теми и другими механизмы психологической защиты. В общении женщины в большей степени, чем мужчины, обращают внимание на побудительные причины и последствия неправды, лжи и обмана. Они придают большее значение сокрытию и представлению в искаженном виде *мыслей* и *чувств*, чем фактов. Женщины обращают внимание на процессуальные, коммуникативные аспекты искажения и анализируют, можно ли морально оправдать совершивших их людей. Мужчины неправду, ложь и обман связывают в основном с искажением фактов. У мужчин смыслоразличительные признаки названных феноменов представлены когнитивным знанием и нравственной оценкой *результата* их воздействия на со-

беседников.

Как отмечает В. В. Знаков (1999), «проблема значительно усложняется и становится менее однозначной, если ее перевести в плоскость психологического анализа разных степеней осознания субъектом своего намерения солгать или обмануть. У некоторых женщин первоисточником обмана оказывается „маленькая неправда“, безобидное преувеличение, в основе которого лежит естественное и осознанное желание наилучшим образом представить себя в глазах собеседников. Существенную роль в этом, очевидно, играют механизмы психологической защиты. Вначале неправда требует самооправдания, обычно основанного на очень пристрастном и необъективном отражении социального окружения. Затем, переходя в привычку, становясь компонентом нравственного сознания личности, неправда нередко заменяется сначала полусознательным, а потом вполне сознательным обманом и даже ложью (которым тоже подыскивается „разумное“ самооправдание). В результате такая женщина может считать себя честным человеком, допускающим невинную ложь там, где, по ее мнению, без этого не обойтись. У мужчин ложь и обман чаще бывают ситуативными: они точнее могут описать ситуации, в которых лгут, и отчетливее осознают, зачем, с какой целью это делают. А поскольку они знают обстоятельства, в которых нарушают известную им моральную норму, то критичнее женщин относятся к собственной честности. Следствие самокритичности – более низкие самооценки» (с.

Женщины слишком не доверяют мужчинам вообще и слишком доверяют им в частности.

Г. Флобер

В. В. Знаков считает, что для женщин при определении сущности неправды, лжи и обмана наиболее субъективно значимым является не объективно достоверное знание, а *вера* в правильность своего понимания проблемы. Автор считает это естественным, потому что знание обычно характеризуют факты объективной действительности, а вера соотносится с мыслями, эмоциями – тем, что образует «эмоциональное поле» общения людей. Для женщин характерно возвращение к совершенным ими лжи и обману, переосмысление поступка, эмоциональные переживания, приводящие иногда к раскаянию. Большую роль в этом играет идентификация женщин с обманутым человеком, представление его мыслей, эмоций, что вызывает сопереживание ему. Все это способствует тому, что у женщин преобладает добродетельная ложь (В. В. Знаков, 1997).

В одном вопросе мужчины и женщины, безусловно, согласны между собой: и те и другие не доверяют женщинам.

Г. Менкен, американский сатирик

В отличие от женщин, мужчины определяют сущность неправды, лжи и обмана через *знание*, рациональное осмысление их типичных признаков, а также вреда, причиняемого

ими в общении. Поэтому решение о том, соврать или нет, принимается ими с учетом ряда моментов: человека, которого надо ввести в заблуждение, выгоды от этого, вероятности разоблачения и т. п. Основанное на знании понимание ситуации как бы защищает их от необходимости сильных эмоциональных переживаний в случае лжи и обмана.

Почему-то принято считать, что лживы именно женщины. Действительно, мы легко говорим неправду, однако это очень несущественная ложь. Мы опаздываем на свидание и придумываем на ходу достоверные объяснения, что сломался поезд метро и его долго чинили. Мы изобретаем правдивые истории, почему именно сегодня не можем пойти в театр с Петей, поскольку, если честно, уже договорились пойти на концерт с Пашей. Мы часто приукрашиваем правду, рассказывая об отношении к нам мужчин, о наших профессиональных победах. А еще мы говорим мужьям, что эта кофточка стоила всего 500 рублей, в то время как она обошлась нам в две с половиной тысячи. Короче, женщина лжет часто и охотно, но по мелочи. С целью сберечь мужские нервы.

Мужчина же в состоянии придумать себе «легенду» не хуже Штирлица. В ней будут родители-аристократы, Оксфорд, первый заработанный миллион, внезапное предательство друга, банкротство, алчная бывшая супруга, которой он оставил особняк и машину, а также многое другое. Я сама неоднократно сталкивалась с подобными гражданами и каждый раз крайне

удивлялась, когда все оказывалось лишь плодом их воображения. Мне казалось, что так вдохновенно лгать нормальный человек не способен в принципе.

Увы, для многих представителей сильного пола ложь – это своеобразный уход от безотрадной действительности. Возможность показать себя в выгодном свете. Они придумывают свой воображаемый мир, и единственным их благодарным слушателем оказывается женщина. Как говорил австрийский писатель Карл Краус: «Я долго остаюсь под впечатлением, которое я произвел на женщину...» Бывает, мужчины лгут, что называется, «из любви к искусству», а бывает, под этим кроются очень коварные цели.

Серова Е. Дикая или домашняя? СПб., 2001, с. 104-105.

6.5. Распознавание лжи

Для противодействия манипулированию важно уметь распознавать обман, ложь. В принципе это возможно, потому что лгущий человек выдает себя рядом признаков, в частности невербальных: люди ведут себя иначе, чем обычно. Во-первых, они стараются не смотреть в глаза, отводят взгляд; во-вторых, чаще меняют позу, нервно покачивают ногой; в-третьих, меньше улыбаются. Изменяется и речь: люди говорят медленнее, более высоким голосом, делают больше речевых ошибок, больше колеблются, отвечая на вопросы (*Apple*

et al., 1979; *Zuckerman et al.*, 1981). Сфабрикованные описания событий часто кажутся натянутыми и неестественными (*Koehnken*, 1985).

Это связано с тем, что когда человек врет, он испытывает некоторое волнение. Можно контролировать более или менее успешно речь, но эмоции все равно просочатся по другим, невербальным каналам. Даже лицевая экспрессия контролируется не совсем (*Ekman et al.*, 1988). Хуже всего люди контролируют движения тела и голосовые характеристики.

Однако возникает вопрос: насколько люди умеют распознавать эти признаки? Показано, что, подозревая обман, люди больше доверяют таким наименее контролируемым каналам, как поза и параязык, и менее всего – словам. И все же люди не очень хорошо выявляют ложь. Например, правильные суждения о том, лжет человек или нет, были получены в эксперименте Краута (*Kraut*, 1980) только в 57% случаев, что лишь незначительно выше точности ответов при догадке (50%).

Хорошим примером является натуралистическое исследование, проведенное в аэропорту города Сиракузы, штат Нью-Йорк (*Kraut, Poe*, 1980). Ожидавших своих рейсов пассажиров просили принять участие в инсценировке, в которой они должны были попытаться пройти таможенный досмотр, избежав задержания и обыска. Половине согласившихся была выщана «контрабанда» (например, пакетик белого порошка), которую они должны были «незаконно

провезти через границу», и обещана награда в размере до 100 долларов в случае успеха в этой операции. Ни таможенники (которые считаются специалистами в выявлении контрабанды), ни жители северной части штата Нью-Йорк, которые смотрели видеозаписи таможенных интервью (неспециалисты), не смогли точно определить, кто вез контрабанду, а кто – нет. На самом деле «контрабандисты» вызывали меньше подозрений, чем «законопослушные» граждане. Тем не менее у всех судей вызывали подозрение одни и те же люди. Большинство из них решало остановить пассажиров, которые казались нервными, колебались перед тем, как ответить на вопрос, давали короткие ответы, переминались с ноги на ногу и избегали визуального контакта. Однако судьи, очевидно, не учитывали, что это поведение может быть не особенно верным признаком обмана в данном случае (попытка контрабанды) и что это поведение также связано с другими личностными и ситуационными качествами, о которых они не могли знать.

Зимбардо Ф, Ляйпте М. 2000, с. 296-297.

Необходимо учитывать, что уклончивость, туманность высказываний, неясность суждений, логическая несвязность речи и т. д. могут быть проявлением неумения человека связно и толково излагать мысли, указывать на хаотичность и недисциплинированность самого процесса его мышления, на усталость, чрезмерную взволнованность. Затянутость речи, использование при этом междометий «э-э-э», «ну» и т.

д. может просто отражать манеру речи данного человека.

6.6. Манипулятивный (макиавеллический) тип личности

Манипулирование связывается с выраженным макиавеллизмом (*Domelsmith, Dietch, 1978; А. О. Руслина, 2005, 2007*).

Макиавеллический, или манипулятивный, тип личности (название связано с характеристиками личности, описанными в книге флорентийского дипломата и писателя XVI в. Никколо Макиавелли «Государь», где он излагает свои принципы управления, манипулирования людьми) – это смягченный вариант авторитарного типа. Такие люди воспринимают окружающее как далеко не лучший из миров. По их мнению, человек по своей природе зол, люди живут в постоянной вражде друг с другом, и поэтому верить нельзя никому. В этих условиях моральные нормы не пригодны. В войне для достижения цели хороши все средства: и дезинформация, и лесть, и обман, и интриги, и устрашения.

Хорошо, когда тебя любят и в то же время побаиваются, но если этого достичь нельзя, то лучше уж пусть боятся, чем любят, потому что люди, презренные существа, легко разрывают любовные связи, если им это выгодно, в то время как страх наказания всегда

удерживает их на привязи.

Макиавелли

Идея использовать понятие «макиавеллизм» применительно к психологии индивидуальных различий возникла у Р. Кристи и Ф. Гейтс (*Christy, Geis, 1970*) после проведенного ими контент-анализа трактата Н. Макиавелли. Впоследствии эта особенность личности изучалась многими западными психологами (*Ames, Kidd, 1979; Blumstein, 1973; Braginsky, 1970; Cherulnik, 1981; Domelsmith, Dietch, 1978; Greis, 1978; Kraut, 1976; Shepperd, 1997; Sparks, 1994; Wilson, 1996*; и др.). Стал изучаться макиавеллизм и отечественными учеными (В. В. Знаков, 1992, 2000, 2005; Б. Г. Мещеряков и А. В. Некрасова, 2005; С. В. Быков, 2007; В. А. Марченко, 2007 и др.).

Макиавеллизм определяется как циничная, эксплуататорская установка по отношению к другим людям как к слабым, зависимым, как к объектам, которые могут быть использованы для достижения своих целей.

Такая «идеология» приводит к манипулированию другими людьми. Выбор друзей, партнеров осуществляется по принципу: «А что я буду с этого иметь?»

Эта черта – стремление манипулировать другими людьми – формируется у человека задолго до наступления взрослости. Так, по данным Кристи и Гейс (*Christie, Geis, 1970*), индивидуальные различия в макиавеллизме существуют уже в 10 лет.

Ю. С. Крижанская и В. П. Третьяков (1990) обращают

внимание на то, что может произойти «манипулятивная деформация личности в тех случаях, когда в силу частого профессионального его (манипулятивного общения. – Е. И.) употребления, хорошего владения им и соответственно постоянных успехов на этом поприще, человек начинает считать манипулятивное общение за единственно возможное, единственно правильное, а людей принимать исключительно за марионеток, фигур в его манипуляциях. В таком случае все общение человека сводится к манипуляции и тогда, когда это нужно, и когда она совершенно неоправданна... Например, с некоторыми оговорками можно считать профессиональную деформацию учителей и преподавателей частным случаем манипулятивной деформации» (с. 188).

П. И. Мадрак обнаружил, что возраст обратно коррелирует с уровнем макиавеллизма, особенно с такими его компонентами, как лесть и обман. С. Н. Рэй и М. Д. Гапта (*S. N. Rai, M. D. Gupta*) установили, что уровень макиавеллизма детей зависит от уровня макиавеллизма их родителей. Исследователи Р. В. Икслайна, Дж. Тибо, С. Б. Хикей и П. Ламперт не обнаружили различий в нравственном или безнравственном поведении «высоких» и «низких» макиавеллистов. Однако было отмечено, что люди с высоким уровнем макиавеллизма более способны выбрать необходимую линию поведения для успешного манипулирования другими, могут умело «подтасовать» информацию о

себе, сформировать ложное впечатление. В то же время следует отметить, что исследования, проведенные на русской выборке, показали отрицательную корреляцию макиавеллизма с нравственными качествами личности (Знаков, 2005). Это можно объяснить как тем, что в системе ценностей макиавеллистов в принципе такие понятия, как доброта, нравственность, незначимы, так и тем, что макиавеллисты честно оценивают себя и, понимая, что достигают своих целей в общении неодобряемыми способами, честно признаются в том, что их нравственные качества не на высоте.

Мещерякова С. С., 2007, с. 360.

Сказанное выше означает, что манипуляция – это не всегда плохо. Большое число профессиональных и педагогических задач подразумевает именно манипулятивное общение.

Манипуляция является достаточно распространенным явлением в общении преподавателей и студентов. Наибольшие затруднения преподаватели испытывают, когда студенты пытаются вызвать у них чувство жалости, прибегают к родственным связям или к общим знакомым, часто отпрашиваются с занятий под надуманным предлогом, используют давление студенческой группой, предлагают взятку или намекают на готовность дать ее. Студенты льстят, дарят подарки, предлагают физическую помощь в каком-либо деле, обещают исправиться в следующем семестре и многое другое.

Выбор манипулятивных приемов во многом

определяется особенностями личности самого преподавателя. Информацию о них студенты получают как из поведения преподавателя, так и от старшекурсников, а также по другим неофициальным каналам. В качестве мишеней воздействия на преподавателей последние называют свою «мягкость характера», «доброту», «отзывчивость», «лояльность» и т. п.

66% опрошенных преподавателей не сомневаются в том, что и сами манипулируют студентами... Основными приемами скрытого управления, которые используют педагоги, названы: попытки заинтересовать предметом, расположить к себе, а также упоминание о зачете или экзамене («запугивание»), «завышение или занижение оценок» и т. п.

68% преподавателей считают, что следует различать манипуляцию и скрытое управление человеком ради его же блага. 26% преподавателей рассматривают манипуляцию как выражение естественной потребности человека влиять на других людей. Лишь 6% опрошенных полагают, что любая манипуляция безнравственна.

Тарелкин А. И., 2005, с. 325-326.

Манипулятивная личность может быть хорошим руководителем и администратором, так как умело защищает интересы своей группы во взаимоотношениях с другими коллективами, поскольку эти интересы стали ее личными, и свои собственные эмоции она может игнорировать столь же лег-

ко, как и чужие, оставляя в действии лишь «чистый разум», анализ, расчет.

В ряде исследований показано, что макиавеллизм выражен в большей степени у мужчин. Это подтвердилось и в исследовании Д. Б. Катунина (2005) на выборке в 525 человек. Однако данная закономерность проявилась только до 45 лет. Начиная с этого возраста женщины не менее охотно, чем мужчины, переносят макиавеллевские установки на взаимоотношения людей.

С. В. Быков (2007) отметил, что высокий уровень макиавеллизма характеризуется «мягкими» социальными установками по отношению к моральным нормам.

В заключение обсуждения вопроса о формах воздействия (влияния) и способах защиты от него приведу обобщающую табл. 6.2 из работы Е. В. Сидоренко (1998).

Таблица 6.2. Классификация видов влияния и противостояния влиянию по признаку психологической конструктивности—неконструктивности¹

¹ Весьма спорное утверждение, опровергаемое спортивной практикой.

Вид влияния	Характеристика конструктивности-неконструктивности	Конструктивные виды контрвлияния	Неконструктивные виды контрвлияния
Убеждение	Конструктивный вид влияния, при условии, что мы ясно и открыто сформулировали партнеру цель нашего воздействия	Котрагументация	Игнорирование, принуждение, деструктивная критика, манипуляция
Самопродвижение	Конструктивный вид влияния, при условии, что мы не используем обманных «трюков» и раскрываем свои истинные цели и запросы	Конструктивная критика, отказ	Деструктивная критика, игнорирование
Внушение	Спорный вид влияния; внушение — это всегда проникновение через «черный ход»	Конструктивная критика, энергетическая мобилизация, уклонение	Деструктивная критика, манипуляция, принуждение, игнорирование
Заражение	Спорный вид влияния; никто не может определить, насколько полезно адресату заразиться именно данным чувством или состоянием и именно сейчас	Конструктивная критика, энергетическая мобилизация, уклонение	Деструктивная критика, манипуляция, принуждение, игнорирование
Пробуждение импульса к подражанию	Спорный вид влияния; считается приемлемым в воспитании детей и при передаче мастерства от профессионала высокого класса молодому профессионалу	Творчество, конструктивная критика, уклонение	Деструктивная критика, игнорирование
Формирование благосклонности	Спорный вид влияния; лесть, подражание как высшая форма лести и услуга адресату влияния могут быть манипуляцией	Конструктивная критика, уклонение, энергетическая мобилизация	Деструктивная критика, игнорирование

Вид влияния	Характеристика конструктивности-неконструктивности	Конструктивные виды контрвлияния	Неконструктивные виды контрвлияния
Просьба	Спорный вид влияния; в российской культуре считается разрушительным для того, кто просит; в американской культуре считается оправданным	Отказ, уклонение	Деструктивная критика, игнорирование
Принуждение	Спорный вид влияния; считается конструктивным в некоторых педагогических, политических системах и в аварийных ситуациях	Конфронтация	Деструктивная критика, манипуляция, ответное принуждение, игнорирование
Деструктивная критика	Неконструктивный вид влияния	Психологическая самооборона	Ответная деструктивная критика, манипуляция, принуждение, игнорирование
Манипуляция	Неконструктивный вид влияния	Конструктивная критика, конфронтация	Встречная манипуляция, деструктивная критика

ГЛАВА 7

Личностные факторы, обуславливающие эффективность воздействий

Эффективность воздействия определяется не только тем, каким способом воздействуют на человека, но и тем, как оно осуществляется (вежливо или грубо обращаются друг к другу субъекты общения), а также какими качествами личности обладают тот, кто воздействует, и тот, на кого воздействуют.

7.1. Коммуникативная культура

Эффективность общения зависит прежде всего от коммуникативной культуры участников общения. Коммуникативная культура – это совокупность культурных норм, культурологических знаний, ценностей и значений, используемых в процессе коммуникации, в том числе и при общении. Ю. В. Жуков (1988) выделяет три группы правил, составляющих коммуникативную культуру.

Первая группа – это **правила коммуникативного этикета**. Они определяют порядок обращения и представления, выбор обращения и многое другое. Этикетные правила не имеют прямой связи с эффективностью общения, но их ча-

стичное или полное игнорирование отстраняет человека от участия в общении.

Вторая группа – **правила согласования коммуникативного взаимодействия**. Они задают тип общения: светское, деловое, ритуальное, интимно-личностное и т. д.

Третья группа – это **правила самоподачи (самопрезентации)**. Они не определяют тип общения и не влияют на общую для всех эффективность, но определяют индивидуальный успех отдельных участников общения. Правила самоподачи предназначены для создания у окружающих определенного впечатления о себе.

Признаком культуры общения является вежливость. *Вежливость – это обращение с людьми, учитывающее их потребности быть оцененными и защищенными; соблюдение правил приличия, учтивость, уважительность, тактичность, деликатность.*

Вежливость особенно важна, когда нужно сказать человеку что-то такое, от чего он может «потерять лицо»: сделать замечание, покритиковать. Такие высказывания называют действиями, угрожающими репутации. Цель вежливости состоит не в том, чтобы избегать этих действий, а в том, чтобы уменьшить или устранить коммуникативные проблемы в разговорах и отношениях, которые могут быть результатом высказываний, угрожающих репутации.

Вежливость – это великое искусство вписываться в общество, умение действовать так, чтобы давать

другому все, что сам хочешь получить от него, и не причинять ему огорчений, каких сам не желаешь принять от этого другого. Вежливость – необходимая машинная смазка, без которой механизм человеческих отношений перегревается и отказывает на ходу.

Успенский Л. Вежливость – какая ты? // Ленинградская правда. 1968. 2 апреля.

Решение быть вежливым базируется на учете трех факторов:

1. Насколько хорошо собеседники знают друг друга и каков их статус. Чем меньше они знакомы и чем выше их статус, тем большие прикладывают они усилия, чтобы быть вежливыми.

2. Какую власть имеет слушатель над говорящим. Большую вежливость проявляют в отношении людей, обладающих властью.

3. Существует ли риск навредить собеседнику. Большинству людей не нравится намеренно говорить собеседнику такое, от чего он может «потерять свое лицо».

Вежливость исключает императивные высказывания (приказ, требование). Ее проявление связано с просьбой («Я был бы вам очень признателен, если бы.», «Пожалуйста...»), «Будьте добры...»), благодарностью за услуги («Благодарю», «Спасибо»), извинением за причиняемые хлопоты или создание каких-то неудобств («Простите, я не хотел.», «Извините, но я вынужден.»), тактичностью, уважительным отно-

шением, основанным на признании достоинств другого человека.

Самым действенным и надежным средством для снижения психического дискомфорта и «сохранения лица» в ситуации просьбы является вежливость. Согласно «теории вежливости», созданной Пенелопой Браун и Стивеном Левинсоном, просьба, выраженная в вежливой форме, не угрожает самосознанию ни просителя, ни адресата просьбы. К тому же вежливые просьбы и требования позволяют наиболее эффективно добиться уступчивости и согласия (*Brown, Levinson, 1987*).

«Теория вежливости» дает возможность понять такую форму уступчивости, которую Элен Лангер называет «бездумной» (*Langer, 1989*). Ее проявляют в тех случаях, когда человек исполняет просьбу, мало над ней задумываясь, автоматически. Ведь если, согласно Браун и Левинсону, «сохранение лица» зависит от степени вежливости просителя, то, вероятно, когда форма просьбы в полной мере соответствует нашим представлениям о вежливости, мы проявляем готовность уступить, даже не анализируя сущность самой просьбы. Просьба исполняется нами бездумно. Результаты многих исследований говорят о том, что люди очень чувствительны к тому, в какой форме на них пытаются оказать влияние. Следовательно, во многих ситуациях для человека важнее не то, о чем его просят,

а то, как просят.

Семечкин Н. И, 2004, с. 208.

Невежливость проявляется, когда человек первым протягивает руку для пожатия при встрече с женщиной и начальником, первый садится в их присутствии, перебивает партнера при разговоре, не извиняется за несвоевременное вторжение ит.д.

Своеобразным проявлением невежливости является *назойливость*, т. е. навязчивость, надоедливость, приставание с просьбами и требованиями, не считаясь ни с желаниями, ни с временем, ни с возможностями того лица, к которому обращаются.

Грубость, доходящая порой до хамства, т. е. не просто грубого, но и наглого поведения, не способствует эффективно-му воздействию на другого человека, так как вызывает у него желание противодействовать внешнему давлению для защиты собственного Я.

7.2. Авторитет источника информации

Способность оказывать влияние на других во многом зависит от авторитета человека, оказывающего воздействие.

Авторитетом в какой-то сфере жизни и деятельности называется человек, с мнением которого считаются, которому стремятся подражать и которому доверяют решение тех или иных вопросов. Человек, являющийся для кого-то

авторитетом, оказывает на него сильное воздействие. Больше того, авторитету легко подчиняются, не думая при этом, прав он или не прав, давая то или иное распоряжение. Однако авторитет возникает в процессе деятельности специалиста, поэтому он является не исходным, первичным, а вторичным компонентом мастерства и опыта. Авторитет может быть нескольких видов и складывается из следующих компонентов.

Авторитет профессионала зависит от знаний и умений специалиста как представителя той или иной профессии.

Авторитет возраста: старший по возрасту обладает в глазах молодых людей авторитетом как более опытный человек.

Авторитет должности, т. е. более высокого социального статуса со всеми вытекающими отсюда правами и обязанностями.

Нравственный авторитет как человека; отсутствие его может свести на нет все остальные компоненты авторитета специалиста.

Мы с детства приучены думать, что повиновение общепризнанным авторитетам является правильным, а неподчинение им – неправильным. Эта идея «красной нитью» проходит в преподаваемых нам родителями уроках, стихах, которые мы учим в школе, рассказах и песнях нашего детства, а также проводится в своде правил юридической, военной и политической систем, с которыми мы сталкиваемся, повзрослев.

Религиозное обучение также вносит свой вклад в укоренение в сознании людей мыслей о необходимости повиновения авторитетам. Так, в Библии описывается, как неповиновение высшему авторитету привело к потере рая Адамом, Евой и, вследствие этого, всем человечеством. Далее в Ветхом Завете мы находим историю, которая может быть названа библейским аналогом опыта Милграма. Это рассказ о готовности Авраама вонзить кинжал в сердце своего юного сына по приказу Бога, данному без всяких объяснений. Из этой истории можно сделать вывод о том, что любое действие, даже бессмысленное и несправедливое, является правильным, если оно совершено по команде достаточно высокого авторитета. Тяжелое испытание было послано Аврааму Богом с целью проверки его на послушание. И Авраам – так же как и испытуемые в эксперименте Милграма, которые, возможно, получили один из первых уроков повиновения авторитетам именно от него, – выдержал испытание.

Истории, подобные притче об Аврааме, а также исследования, подобные эксперименту Милграма, могут многое рассказать нам о социальной значимости повиновения авторитетам. Однако, с другой стороны, они могут ввести нас в заблуждение. Мы обычно не сильно страдаем из-за необходимости выполнения требований авторитетов. Фактически наше подчинение часто имеет вид реакции *щелк, зажурижало*, протекающей при незначительном сознательном размышлении или вовсе без него. Информация,

полученная от признанного авторитета, может подсказать нам, как следует действовать в конкретной ситуации.

В конце концов, как считает Милграм, согласие с диктатом авторитетных фигур очень часто имеет реальные практические преимущества. В детстве нам кажется, что эти люди (например, родители, учителя) знают больше, чем мы, и мы обычно находим их советы полезными – отчасти из-за того, что мы считаем своих наставников весьма мудрыми, отчасти из-за того, что это они решают, когда нас надо награждать, а когда наказывать. Эти же факторы продолжают играть важную роль и тогда, когда мы взрослеем, хотя авторитетами для нас теперь становятся предприниматели, судьи и члены правительства. Поскольку эти люди имеют больший доступ к информации и власти, чем мы, нам представляется логичным подчиняться их требованиям. Такой взгляд на вещи приводит к тому, что мы часто повинемся авторитетам даже тогда, когда это бессмысленно.

...Если мы осознаем, что повиновение авторитету является выгодным для нас, мы можем позволить себе быть автоматически послушными. Одновременно плюсом и минусом такого слепого подчинения является его механический характер. Мы считаем, что не должны думать; следовательно, мы и не думаем.

...Давайте рассмотрим пример, имеющий отношение к медицине. Врачи, обладающие большими познаниями и возможностями в этой жизненно важной

области, занимают позицию уважаемых авторитетов. Никто не может опротестовать решение доктора, за исключением разве что другого доктора более высокого ранга... В таком случае весьма вероятно, что... никто из нижестоящих на иерархической лестнице медиков даже не подумает о том, чтобы подвергнуть правильность его решения сомнению. Приведем в качестве примера показательный случай... о котором сообщают Коэн и Дэвис. Доктор велел пациенту закапывать ушные капли в правое ухо, которое было воспалено и сильно болело. Но вместо того, чтобы написать на рецепте полностью «правое ухо», доктор сократил предписание до следующей строчки: «Капать в пр. ухо» (place in R ear). Ознакомившись с рецептом, сестра, не долго думая, отправила требуемое количество ушных капель в анус пациента (Rear – зад).

Чалдини Р., 1999, с. 199-201.

В ряде случаев, несмотря на наличие всех компонентов, человек не оказывает на других людей должного воздействия. Происходит это по двум причинам. Во-первых, этот человек *пренебрегает внешним оформлением своего поведения*. Он позволяет себе обижать людей злой шуткой, опаздывает на работу, приходит на работу несобранным. Во-вторых, он нередко *не умеет оформить свое поведение*, так как не обладает техникой выражения своего Я.

Для подчинения бывает достаточно видимости авторитета, так как люди подвержены влиянию не только авторите-

тов, но и их *символов*: титулов, одежды, атрибутов.

Титулы. Титул – это звание, даваемое человеку за его заслуги (народный артист, заслуженный деятель, профессор) или передаваемое по наследству (князь, граф и т. п.). Титул определяет статус человека в обществе или профессиональной сфере. Достаточно собеседнику узнать, что вы имеете какое-то звание, как его отношение к вам сразу меняется на более почтительное, а его поведение становится более уступчивым, так как в его глазах вы делаетесь более высоким, а ваши слова приобретают большой вес. С другой стороны, неизвестность человека резко снижает к нему и его делам доверие. Однажды Лев Толстой послал в редакцию короткий рассказ без подписи. Редактор раскритиковал рассказ и отказался его печатать.

Психологи Дуглас Петерс и Стивен Сеси (*Peters, Ceci, 1982*) провели показательное исследование, касающееся научных публикаций. Они взяли 12 статей, которые были опубликованы в пределах от 18 до 32 месяцев тому назад авторами из престижных университетов. Не изменив ничего, кроме имен и места работы авторов (в качестве места работы назывался никому не известный Центр человеческих возможностей ТриВэлли), исследователи представили эти статьи в виде рукописей журналам, которые их уже опубликовали в свое время. Девять из двенадцати статей прошли незамеченными через процесс рецензирования и, что особенно показательное,

восемь были отвергнуты, хотя каждая из этих статей не так давно была уже напечатана в этом же самом журнале после того, как ее представил на рассмотрение автор, работающий в престижном месте и имеющий большой авторитет в ученых кругах. Похожий, но менее научный эксперимент был проведен популярным писателем, который перепечатал слово в слово роман Джерзи Косинского «Шаги» и послал рукопись в 28 литературных агентств и издательских фирм через десять лет после того, как было продано почти полмиллиона экземпляров этой книги и ее автор был награжден Национальной книжной премией. Рукопись, которая теперь была подписана неизвестным человеком, была отвергнута как не отвечающая требованиям всеми 28 издательскими организациями, включая и ту, где она первоначально была опубликована.

Чалдини Р., 1999, с. 205-206.

Одежда. Вторым символом авторитета, который может заставить нас механически подчиняться, является одежда. Не случайно в прежние времена одежда служила символом власти и богатства человека, в связи с чем устанавливались даже правила, кто в какой одежде мог ходить в соответствии со своим сословием. Этот вопрос специально обсуждается в книге Г. В. Козловой (1980). В Средние века церковь диктовала в одежде ширину и длину платьев, длину носка обуви, количество и характер украшений для каждого сословия. Это закреплялось специальными эдиктами, которые высека-

лись на камне, устанавливавшемся посреди города. Поэтому любой житель Европы, живший в то время, только взглянув на человека, сразу понимал, к какому сословию он принадлежит. В Китае вплоть до XX в. социальное положение человека кодировалось фасоном и цветом халата (излюбленной одеждой китайцев). Халат хань желтого цвета мог носить только император, коричневого и белого цвета – престарелые сановники, красного и синего – герои. Студенты носили халаты т-дзу голубого цвета, крестьяне – белого, бедняки – черного.

Р. Чалдини (1999) приводит данные Мауро (*Mauro*, 1984), который показал, что полицейские, одетые в традиционную униформу, в противовес людям, одетым в спортивную куртку и широкие брюки, оценивались испытуемыми как более справедливые, отзывчивые, умные, честные и добрые. Не случайно поэтому, пишет Р.Чалдини, в эксперименте Л. Бикмана (*Bickman*, 1974) люди выполняли требования и просьбы чаще тогда, когда к ним обращался человек в униформе охранника, а не тогда, когда он был одет в обычную одежду.

Менее явным по сравнению с униформой свидетельством авторитета является хорошо сшитый деловой костюм, но и он оказывает на людей воздействие.

В ходе исследования, проведенного в Техасе, человек в возрасте тридцати одного года нарушал правила дорожного движения, переходя улицу по

красному сигналу светофора. В половине случаев он был одет в тщательно отутюженный деловой костюм с галстуком; в другой половине случаев на нем были рабочие брюки и рубашка. Исследователи издали наблюдали за происходившим и подсчитывали количество пешеходов, продолжавших ждать на тротуаре зеленого сигнала светофора, и количество пешеходов, следовавших за человеком, пересекавшим улицу на красный свет. В три с половиной раза больше людей срывалось за недисциплинированным пешеходом, если он был одет в костюм (*Lefkowitz, Blake, Mouton, 1955*).

Чалдини Р., 1999, с. 207.

Атрибуты. В качестве атрибутов авторитета могут выступать престижная марка машины, драгоценности, награды, престижные международные или национальные премии (Нобелевская, Оскар в киноискусстве и т. д.), участие в богемных тусовках, светских раутах. В прежние времена регламентировались для людей разного сословия кареты, количество лошадей в упряжке, в доме количество окон, которые могут выходить на улицу.

Исследование, проведенное в районе бухты Сан-Франциско, показало, что владельцы престижных автомобилей пользуются особым уважением. Экспериментаторы обнаружили, что водители, прежде чем начать сигнализировать машине, остановившейся при зеленом свете светофора, обычно ждали значительно

дольше, если эта машина имела роскошный вид, а не являлась старой дешевой моделью. По отношению к водителю дешевой модели автолюбители не проявляли такого терпения: почти все машины сигналили, причем многие делали это неоднократно. Однако престижная модель имела такую пугающую ауру, что 50% водителей терпеливо ждали момента, когда эта машина тронется с места, не прикасаясь при этом к сигнальной кнопке (Doob, Gross, 1958).

Чалдини Р., 1999, с. 208.

Молодые учителя и руководители часто пытаются ускорить процесс формирования авторитета и встают на путь создания так называемого **ложного авторитета**, который, по А. С. Макаренку, бывает нескольких разновидностей. Рассмотрим их на примере учителей, имея в виду, что то же относится и к взаимоотношениям руководителей с подчиненными.

Псевдавторитет подавления основан на боязни учеников по отношению к учителю. Такие учителя забывают, что воспитание учащихся не сводится к послушанию.

Псевдавторитет расстояния характеризуется возможно меньшим общением учителя с учениками. Такие учителя не учитывают, что успех школьников на уроках, на школьных олимпиадах и на соревнованиях – это общий успех учеников и учителя.

Псевдавторитет дружбы возникает в том случае, когда учитель позволяет учащимся обращаться к себе как к това-

ришу-однокласснику, т. е. низводит свои взаимоотношения с учащимися до панибратства. Между учителем и учениками должна соблюдаться определенная дистанция, что показывает меру воспитанности учащихся.

Псевдоавторитет чванства основан на хвастовстве, подчеркивании своих достоинств и заслуг.

Псевдоавторитет доброты часто выражается в уступчивости учителя. Например, учитель под давлением учащихся выставляет им хорошие оценки тогда, когда они их не заслужили.

Псевдоавторитет резонерства состоит в том, что учитель поучает учащихся, причем даже в тех вопросах, в которых он некомпетентен.

Псевдоавторитет педантизма выражается в беспрекословном соблюдении правил, заведенного порядка, порой не от сознательной дисциплинированности учителя, а от его бюрократического руководства.

Ложный авторитет может создаваться и непреднамеренно.

Бытует мнение, что признать свою ошибку – значит уронить свой авторитет в глазах других людей. Тот, кто так думает, вслед за этой ошибкой допускает и вторую: он убеждает других в том, что он всегда прав, создавая таким образом мнение о своей непогрешимости. Самое верное решение, если человек допустил промах в своем поведении, – открыто, в разумной и тактичной форме признать свою ошибку, на-

пример выразить сожаление по поводу того, что в прошлый раз он погорячился и зря обидел другого человека.

В. М. Погольша (1997, 1998) выявила, что женщины, способные оказывать влияние на других, отличаются от остальных женщин тем, что им присущи некоторые черты, традиционно считающиеся мужскими (догматизм, уверенность, саморегуляция) и у них слабо развиты «женские» черты (уступчивость, эмпатия). Влиятельные же мужчины отличаются от мужчин в целом тем, что им присущи определенные черты «фемининности» (доверие, невротичность) и у них слабо развиты некоторые «маскулинные» черты (например, авторитарность).

Выявлены и различия между мужчинами и женщинами с низким влиянием. Женщины с низким личным влиянием отличаются от женщин с высоким и средним влиянием тем, что имеют самый высокий показатель удовлетворенности отношениями с близкими людьми, самоуважения, удовлетворенности жизнью.

Мужчины с низким личным влиянием, напротив, меньше всех удовлетворены жизнью и отношениями с близкими людьми, у них самое низкое самоуважение.

Результаты исследования позволили В. М. Погольше считать, что ситуация с невлиятельными мужчинами более тревожна, чем с невлиятельными женщинами. Несмотря на имеющийся интеллектуальный потенциал, этим мужчинам труднее удаются компенсаторные формы влияния, они бо-

лее остро переживают неудачи. Неудовлетворенность жизнью и отношениями с близкими им людьми усиливается за счет полоролевых стереотипов, предписывающих мужчинам быть независимыми, иметь более широкий, чем у женщин, круг влияния, не ограничивающийся семьей, и более высокий статус в деловой сфере. В социуме мужчинам предоставлены более широкие возможности для реализации личного влияния, что наделяет их большей ответственностью за свой социальный статус, провоцируя при неудаче развитие тревожности, снижение самоуважения и удовлетворенности жизнью.

В то же время социум, накладывая ограничения на сферы распространения женского влияния, способствует безболезненной адаптации женщин в современном обществе в случае отсутствия способности личного влияния.

7.3. Конформность реципиента

Конформность – это склонность человека к добровольному сознательному (произвольному) изменению своих ожидаемых реакций для сближения с реакцией окружающих вследствие признания большей их правоты. Или, проще говоря, – это свойство человека легко менять свою точку зрения, установку на что-то под влиянием группового мнения.

Конформность называют также внутригрупповой суггестией или внушаемостью. Правда, некоторые авторы, напри-

мер А. Е. Личко и соавт. (1970), не отождествляют внушаемость и конформность, отмечая отсутствие зависимости между ними и различие механизмов их проявления. Понятие конформности часто отождествляется с конформизмом, что, с моей точки зрения, создает путаницу в понимании того и другого.

Конформизм определяется как «изменение поведения или убеждения... в результате реального или воображаемого давления группы» (*Kiesler, Kiesler, 1969, p. 2*). Иначе говоря, если конформность является свойством (качеством) человека, то конформизм – это поведение, которое может быть вызвано конформностью, а может быть и не связано с ней. Нейл с соавторами (*Nail et al., 2000*) выделили две формы конформизма – уступчивость и одобрение. **Уступчивость** (внешний, показательный конформизм), по Нейлу с соавторами, проявляется в делании того, что нам не хочется, чтобы заслужить поощрение или избежать наказания (например, голосование за резолюцию собрания, с которой человек не согласен). Если уступчивость представляет собой ответ на приказ, то ее называют *подчинением*. **Одобрение**, по Нейлу, – это внутренний, искренний конформизм, это вера в то, что считает группа.

Если человек склонен постоянно соглашаться с мнением группы, он относится к конформистам; если же имеет тенденцию не соглашаться с навязываемым ему мнением, то – к **нонконформистам** (к последним, по данным зарубежных

психологов, относится около трети людей).

Эксперимент Соломона Аша с «подсадными утками»

...Представьте себя в роли одного из добровольных участников эксперимента Аша. Вы сидите шестым в ряду, в котором всего 7 человек. Сначала экспериментатор объясняет вам, что все вы принимаете участие в исследовании процесса восприятия и связанных с ним суждений, а затем просит ответить на вопрос: какой из отрезков прямой, представленных на рисунке, равен по длине стандартному отрезку. Вам с первого взгляда понятно, что стандартному отрезку равен отрезок № 2. Поэтому нет ничего удивительного в том, что все 5 человек, которые ответили до вас, сказали «Отрезок № 2».

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.