

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВНУТРІШНІХ СПРАВ**

*Факультет № 6
Кафедра соціології та психології*

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ

з навчальної дисципліни «**Соціальна психологія**»
обов'язкових компонент
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

053 Психологія (практична психологія)

Тема 3. Спілкування як соціально-психологічний феномен. Сторони спілкування: комунікативна, інтерактивна, перцептивна

Харків 2023

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Харківського національного
університету внутрішніх справ
Протокол № 7 від 30.08.2023 р.

СХВАЛЕНО

Вченою радою факультету № 6
Протокол № 7 від 25.08.2023 р.

ПОГОДЖЕНО

Секцією Науково-методичної ради
ХНУВС з гуманітарних та
соціально-економічних дисциплін
Протокол № 7 від 29.08.2023 р.

Розглянуто на засіданні кафедри
соціології та психології
Протокол № 8 від 15.08.2023 р.

Розробник:

Доцент кафедри соціології та психології, кандидат біологічних наук,
доцент Шахова О.Г.

Рецензенти:

1. Доцент кафедри психології та педагогіки Харківської державної академії культури, кандидат психологічних наук, доцент Віденєєв І.О.
2. Доцент кафедри соціології та психології факультету № 6 Харківського національного університету внутрішніх справ, кандидат психологічних наук, доцент Шиліна А.А.

План лекції

1. Поняття спілкування.
2. Види спілкування.
3. Функції спілкування
4. Структура спілкування. Сторони спілкування: комунікативна, інтерактивна, перцептивна.

Рекомендована література:

Основна

1. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти / П. П. Горностай, М. М. Слюсаревський, В. О. Татенко, Т. М. Титаренко, Н. В. Хазратова та ін. ; за ред. М. М. Слюсаревського. – Київ : Талком, 2018. – 580 с.
2. Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра / Н. Ю. Волянчук, Г. В. Ложкін, О. В. Винославська, І. О. Блохіна, М. О. Кононець, О. В. Москаленко, О. І. Боковець, Б. В. Андрійцев ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с
3. Шахова О. Г. Соціальна психологія особистості Харків: «Контраст», 2019. 116 с.

Допоміжна:

4. Бандурка А.М., Землянская Е.В. Психология руководителя: монография Х. : Золотая миля, 2013. 720 с.
5. Скорюк В.Д. Соціальна психологія в схемах і коментарях: учб.-практ. пос. Київ : Сварог, 2017. 207 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті:

6. Пошукова система Google Scholar <http://scholar.google.com/>
7. Пошукова система Springer <https://link.springer.com/>
8. Пошукова система Scirus <https://www.elsevier.com/>

Текст лекції.

1. Поняття спілкування.

Як тільки не іменували людину: і homo sapiens (людина розумна), і homo fuber (людина, яка здатна виробляти знаряддя та технічні засоби) і homo ludens (людина, яка грає). З неменшою вірогідністю її можна назвати і homo communicans (людина, яка спілкується). Російський філософ Петро Чаадаєв дотепно відмітив «Позбавлені спілкування з іншими створіннями, ми скубли б траву, а не міркували про свою природу». І він мав рацію, тому що людина стає людиною лише в спілкуванні.

А прагматичний Дж.Рокфеллер, добре розуміючи значення спілкування для ділової діяльності, говорив: «Уміння спілкуватися з людьми - такий самий товар, що купується за гроші, як цукор або кава. І я готовий платити за це вміння більше, ніж за будь-який інший товар на цьому світі».

Спілкування - складний процес взаємодії між людьми, що полягає в обміні інформацією пізнавального або афективно-оціночного характеру, а також в сприйнятті і розумінні партнерами один одного.

Суб'єктом спілкування може бути як окрема людина, так і група людей. В принципі спілкування характерне для будь-яких живих істот, але лише на рівні людини процес спілкування стає усвідомленим, пов'язаним з вербальними та невербальними актами. Людина, яка передає інформацію, називається **комунікатором**, людина, яка інформацію отримує - **реципієнтом**.

У спілкуванні можна виділити ряд аспектів: ~~зміст~~, **мета і засоби**. Розглянемо їх детальніше.

Зміст спілкування - інформація, яка в міжособистісних контактах передається від одного суб'єкта іншому. Це можуть бути відомості про внутрішній (емоційний) стан суб'єкта, про стан в навколишньому світі.

Мета спілкування - відповідає на запитання «Заради чого людина вступає в акт спілкування?». Тут має місце той же принцип, що вже згадувався в пункті про зміст спілкування. У тварин мета спілкування не виходить, зазвичай, за рамки актуальних для них біологічних потреб. У людини ж ці цілі можуть бути вельми і вельми різноманітними, тому спілкування між людьми – це засоби задоволення соціальних, культурних, творчих, пізнавальних, естетичних і багатьох інших потреб.

Засоби спілкування - способи кодування, передачі, переробки і розшифровки інформації, яка передається в процесі спілкування від одного суб'єкта до іншого. Кодування інформації - це спосіб її передачі. Інформація між людьми може передаватися за допомогою мови, невербальних засобів спілкування, писемності, технічних засобів запису і зберігання інформації тощо.

2. Види спілкування.

В залежності від змісту, цілей і засобів спілкування можна розділити на декілька **видів**:

1. За змістом воно може бути:

- а) матеріальне (обмін предметами і продуктами діяльності);
- б) когнітивне (обмін знаннями);
- в) кондиційне (обмін психічними або фізіологічними станами);
- г) мотиваційне (обмін намірами, цілями, інтересами, мотивами, потребами);
- д) діяльнісне (обмін діями, операціями, уміннями, навичками)

2. За цілями спілкування поділяється на:

- а) **біологічне** (необхідне для підтримки, збереження і розвитку організму);
- б) **соціальне** (переслідує цілі розширення і зміцнення міжособистісних контактів, встановлення і розвитку інтерперсональних стосунків, особистісного зростання індивіда);
- в) **мета спілкування знаходиться поза взаємодією суб'єктів** (наприклад, ділове спілкування, де предметом спілкування є справа, а власне спілкування служить способом організації та оптимізації того чи іншого виду наочної діяльності: комерційної, виробничої, наукової тощо);

- г) мета спілкування поміщена в ньому самому (спілкування заради спілкування);
- д) мета спілкування полягає в залученні партнера до досвіду і цінностей ініціатора спілкування;
- е) мета спілкування - залучення ініціатора спілкування до цінностей партнера.

3. За засобами спілкування може бути:

- а) безпосереднє – таке, що здійснюється за допомогою людських органів, притаманних живій істоті, - руки, голови, тулуба, голосу і т.д;
- б) опосередковане - пов'язане з використанням спеціальних засобів і знарядь;
- в) пряме, яке передбачає особисті контакти і безпосереднє сприйняття один одним людей, що спілкуються, в самому акті спілкування;
- г) непряме, що здійснюється через посередників, якими можуть бути інші люди.

3. Функції спілкування.

Функції спілкування характеризуються своїм різномаяттям - відповідно до широкого кола практичних завдань, що вирішуються в ході спілкування: ділових переговорів, бесіди, діалогу тощо.

Функції спілкування можна розглядати на різних рівнях. Оцінюючи спілкування як важливий чинник розвитку психіки - на рівні життєдіяльності конкретної людини та на рівні вирішення конкретної ситуації взаємодії.

У масштабах життєдіяльності людини ***спілкування*** є, по-перше, головною умовою виживання, по-друге, воно забезпечує реалізацію функцій навчання, виховання і розвитку особи. Дитина, ізольована від товариства людей, не може опанувати механізми людської поведінки, пізнання, що набути досвідом людства.

Говорячи про спілкування на рівні конкретних людей і конкретних ситуацій можна виділити три основні функції спілкування:

1. ***Інформаційно - комунікативна функція*** реалізується як передача і прийом інформації: повідомлень, знань, думок, задумів, рішень (від людини - до людини, від покоління - до покоління, від культури - до культури і т. д.).
2. ***Регулятивно-комунікативна функція*** “керує” процесом спілкування людей, в ході якого уточнюються (а деколи і формуються) цілі, мотиви, орієнтири майбутньої спільної або індивідуальної діяльності. Ця функція постійно підтримує зворотний зв'язок висловів співрозмовників. Взаємний контроль думок, ідей і програм, що обговорюються та постійне очікування репліки-відповіді співрозмовника (тобто стимулювання бесіди) - це дві форми, в яких і реалізується зворотний зв'язок, що регулює весь процес спілкування.

3. ***Афективно-комунікативна функція*** - це створення комплексу відчуттів і психічних станів кожного співрозмовника в ході спілкування. Емоції здатні надати додаткову значущість і вагу найбуденнішим словам. Кожен діалог, кожна бесіда, сприйняті співрозмовниками як потреба “відвести душу”, виговоритися і таке інше, призводить в результаті до

особливого емоційного підйому (катарсису), тобто до задоволення спілкуванням. І навпаки: негативні емоції, що виникають в ході бесіди, здатні “достроково” обірвати діловий контакт.

Всі функції в спілкуванні проявляються в своїй єдності та одночасно. Завдяки цьому активізуються всі душевні (емоційні) і інтелектуальні сили співрозмовників, а спілкування перетворюється на подію особистого (а може бути, і не лише особистого) життя людей. Невипадково в журналістиці, педагогіці, науково-дослідній діяльності плідними є такі діалогічні форми спілкування як “мозковий штурм”, наприклад, в мистецтві - театр, політиці – дискусія та дебати.

4. Структура спілкування.

Структуру спілкування можна охарактеризувати шляхом виділення в ньому трьох взаємопов'язаних сторін: комунікативної, інтерактивної та перцептивної.

Комунікативна сторона спілкування полягає в обміні інформацією між суб'єктами, що спілкуються, - спілкування як обмін інформацією.

Інтерактивна сторона спілкування полягає в обміні не лише знаннями, ідеями, але і діями - спілкування як взаємодія.

Перцептивна сторона спілкування означає процес сприйняття один одного партнерами в спілкуванні та встановлення на цьому підґрунті взаєморозуміння - спілкування як сприйняття людьми один одного.

Всі позначені тут сторони спілкування виділяються в умовах безпосереднього контакту між людьми. У реальній дійсності кожна з цих сторін не існує ізольовано від двох інших, і виокремлення їх можливо лише для аналізу, в тому числі для побудови системи експериментальних досліджень.

Поняття про соціальну і міжособистісну перцепцію.

Термін «перцепція» означає сприйняття. Проте, коли ми говоримо про сприйняття людей в контексті спілкування мається на увазі так звана «соціальна перцепція».

Термін «соціальна перцепція» ввів американський психолог Джером Брунер в 1947г. Він звернув увагу на те, що, не зважаючи на всі індивідуальні відмінності, існують загальні соціально-психологічні механізми і закономірності сприйняття. Для підтвердження своєї гіпотези Брунер провів цілу серію цікавих експериментів (сприйняття монет дітьми з заможних та бідних сімей; сприйняття росту людини залежно від її соціального статусу).

Ці та інші експерименти дозволили Дж.Брунеру зробити висновок про те, що соціальна значущість або незначущість об'єкту спотворює його сприйняття, що і дозволяє говорити про соціальну перцепцію як особливий феномен. Під соціальною перцепцією Дж.Брунер розумів соціальну детермінацію перцептивних процесів. Пізніше: соціальною перцепцією стали називати процес сприйняття так званих соціальних об'єктів.

У вітчизняній науці першим почав розробляти цю проблему радянський психолог О.О.Бодальов, який згодом створив цілий науковий напрям, у рамках якого було накопичено велику кількість емпіричних даних і закономірностей (його наукові праці "Сприйняття людини людиною", "Формування першого враження", "Про сприйняття і розуміння людиною самого себе", "Нові дані щодо проблеми соціальної перцепції", "Особа і спілкування" та ін.).

На підставі отриманих даних були зроблені висновки, що сприйняття соціальних об'єктів підпорядковане іншим закономірностям, ніж сприйняття об'єктів природи, матеріального світу (воно більшою мірою активізує розумові, вольові, емоційні процеси; в ньому має місце зворотний зв'язок), хоча між ними і є певна схожість. Саме у зв'язку з цим виникла необхідність говорити окремо про соціальну перцепцію.

Таким чином, **соціальною перцепцією** називають процес сприйняття так званих соціальних об'єктів, під якими маються на увазі інші люди, малі соціальні групи, великі соціальні спільноти.

Ми розглядатимемо не соціальну перцепцію взагалі, а так звану **міжособистісну перцепцію**. У даному контексті йдеться лише про позиції, коли індивід, в якості суб'єкта, сприймає іншого індивіда. Тобто, мова йде про сприйняття людиною людини.

Кінцевим результатом будь-якого процесу сприйняття є побудова образу. У разі міжособистісного сприйняття йдеться про образ іншої людини. Цей образ:

- несе інформаційно-оцінне навантаження (що за людина, яка вона);
- відіграє регулюючу роль (залежно від образу будуються стосунки з цією людиною, вибирається стратегія взаємодії, лінія поведінки).

Якщо розглянути міжособистісну перцепцію як процес, то можна сказати, що він включає всебе:

а) сприйняття зовнішніх ознак інших людей (зовнішнього вигляду і манери поведінки). На основі зовнішньої сторони поведінки ми як би "читаємо" іншу людину, причому від міри точності "прочитання" іншої людини залежить успіх організації з ним погоджених дій;

б) співвідношення отриманих результатів з особистісними характеристиками (розшифровка її зовнішніх даних - розумні очі, вольове підборіддя, добра посмішка і таке інше);

в) інтерпретацію і прогнозування на цій основі можливих вчинків і поведінки інших людей.

Формування першого враження про людину.

Численними дослідженнями показано, що в основі сприйняття знайомих і незнайомих раніше людей лежать різні психологічні механізми, закономірності, ефекти. Сприйняття незнайомих людей здійснюється на підставі механізмів міжгрупового спілкування, а знайомих - на підставі механізмів міжособистісного спілкування.

Основним механізмом сприйняття незнайомих людей є стереотипізація.

Стереотипізація - схильність сприймати людей, причини їх вчинків і ситуації схемно та стереотипно, спираючись на свій колишній досвід без роздумів та оцінки реальності. При цьому людина сприймається як представник певної соціальної групи і їй автоматично приписуються типові якості представників цієї групи. Яким чином це відбувається? Якщо у представника групи, з якою в минулому був досвід спілкування, є яскраво виражені риси і вони зафіксовані в суспільній свідомості, то ці риси розглядаються як належні будь-якому представникові цієї групи.

Під групою в даному випадку мається на увазі будь-яка соціальна група(у тому числі штучна) :

- професійна - тоді ми говоримо про професійні стереотипи(усі учителі повчальні, бухгалтера - педантичні, продавці - обманщики);

- нація - тоді йдеться про національні стереотипи (англійці ввічливі, манерні, французи легковажні, слов'яни відрізняються загадковою душею, естонці повільні, німці педантичні та холодні, італійці ексцентричні та голосні);

- вікова група - вікові стереотипи (молодь легковажна, люди похилого віку образливі, буркотливі, люблять повчати) і т.д.

Суть багатьох стереотипів відображена в приказках, анекдотах та ін.

Стереотип далеко не завжди відповідає реальності, особливо в складних ситуаціях. Як правило, стереотип виникає на основі:

- досить обмеженого минулого досвіду
- в результаті прагнення будувати висновки на основі обмеженої інформації.

Стереотипізація може призвести до двох різних наслідків:

- з одного боку - це певне спрощення процесу сприйняття іншої людини, економія психологічних ресурсів;

- з іншого - виникнення упереджень, якщо судження будується на основі минулого обмеженого досвіду, а досвід цей був негативним; тоді будьяке нове сприйняття представника тієї ж самої групи забарвлюється неприязню.

Із самого початку спілкування будується на підставі образу партнера, що формується на основі першого враження. Зміст цього образу залежить:

- а) від особливостей того, хто сприймає (з урахуванням його уявлень і суджень про людей, про світ, про себе, із спогадів, з планів, які потрібно виконати в майбутньому);

- б) від розуміння ситуацій спілкування(контексту).

- в) від того, кого сприймають, зокрема його самоподачі партнерові в спілкуванні (самопрезентації).

Доведено, що найбільш точним перше враження буває в нейтральних ситуаціях. У інших же ситуаціях майже завжди є присутнім той або інший відсоток помилок. І чим менш нейтральні стосунки, тобто чим більше люди зацікавлені один в одному, тим більше відсоток помилок. Точно сприймаються ті характеристики, які дозволяють віднести партнера до якоїсь

групи. А інші риси і особливості добудовуються за певними схемами. Саме тут і з'являються помилки.

Типові помилки першого враження. Традиційно до них відносять "гало-ефект" (ефект ореолу), проекція.

Ефект ореолу - загальне сприятливе враження призводить до позитивних оцінок невідомих якостей людини, яку сприймають, і, навпаки.

Існує декілька типових схем запуску ефекту ореолу.

Найчастіше запускається схема сприйняття, яка обумовлена дією **чинника переваги**. Суть: людина, яка перевершує спостерігача у важливому параметрі, оцінюється ним вище і за іншими значущими параметрами. Якщо ж той, хто сприймає, перевершує в чомусь людину, то він схильний її недооцінювати. Ця схема починає працювати не будь-де, а тільки при дійсно важливій, значущій для того, хто сприймає, нерівності.

Чинник привабливості - якщо людина нам подобається(зовні), то ми схильні її переоцінювати за багатьма особовими характеристиками. І навпаки, непривабливих людей ми схильні недооцінювати в цілому.

Чинник відношення до нас - ті люди, які до нас добре ставляться, здаються нам значно кращими за тих, хто відноситься до нас погано.

Проекція - неусвідомлене приписування іншим людям неприйнятних власних почуттів, бажань, думок, якостей. Приказки: злодій кожного підозрює; злодій свої двері замикає, клятвopорушник не вірить клятвам. Роздратовані, агресивні люди часто приписують ці якості іншим, заздрісні бачать в інших прояви заздрості ("що посилено заперечуєш, те неодмінно маєш сам").

Ще один ефект, який діє при сприйнятті незнайомих людей, - ефект первинності : первинна інформація про людину є найбільш значущою.

Особливості сприйняття знайомих людей.

У постійному спілкуванні стає важливим не просто сприйняття партнера, але більш глибоке та об'єктивне його розуміння - його актуального емоційного стану, намірів, динаміки його відношення до нас. Тут сприйняття і розуміння партнера відбуваються на іншій основі. Психологічними механізмами сприйняття і розуміння в міжособистісному спілкуванні є **ідентифікація, емпатія і рефлексія**.

Ідентифікація - механізм пізнання особою іншої особи, за якого здійснюється порівняння або зіставлення внутрішніх станів або положення партнерів, уподібнення себе партнеру . При ідентифікації людина як би ставить себе на місце іншого і визначає, як би він діяв в подібних ситуаціях. Індивід ототожнює себе з іншим, приймаючи його потреби, цінності, мотиви, встановлює збіг своїх якостей з якостями іншого.

Емпатія (співпереживання) також визначається як особливий спосіб розуміння іншої людини. Тільки тут мається на увазі не раціональне осмислення проблем іншої людини, а прагнення емоційно відгукнутися на її проблеми. Тобто емпатія - це емоційне "розуміння". Ситуація партнера не стільки продумується, скільки відчувається. Тобто, емпатія – це механізм

міжособистісного сприйняття, що є емоційним співпереживанням іншій людині.

При побудові стратегії взаємодії дуже важливо як буде партнер по спілкуванню розуміти мене, мої потреби, цінності і таке інше. Іншими словами, процес розуміння один одного ускладнюється явищем **рефлексії**.

У соціальній психології під **рефлексією** розуміється усвідомлення індивідом того, як він сприймається партнером по спілкуванню. Це не просто знання або розуміння іншого, але знання того, як інший розуміє мене, своєрідний подвоєний процес дзеркальних відображень один одного. Тобто, осмислення суб'єктом того, якими засобами і чому він справив те або інше враження на партнера в спілкуванні.

При сприйнятті знайомих людей" працює" так званий **ефект новизни**, який полягає в тому, що остання, тобто новіша інформація, стає найбільш значущою.

Феномен каузальної атрибуції.

Дуже часто ми вважаємо, ніби "бачимо наскрізь" інших людей - розуміємо їх емоційний стан і причини вчинків. Насправді ми приписуємо їм деякі психологічні характеристики і мотиви на основі життєвого тлумачення особливостей зовнішності і поведінки. Ця схильність властива будь-якій людині.

Цілий розділ соціальної психології вивчає сприйняття причин людських вчинків - **каузальну атрибуцію**.

Каузальна атрибуція - когнітивний процес, що виражається в причинній інтерпретації вчинків і почуттів іншої людини. Каузальна атрибуція безпосередньо пов'язана з регуляцією людських відносин і включає пояснення, виправдання або засудження вчинків людей.

Основоположник напряму - Ф.Хайдер. Великий внесок вклав Г.Келлі. Спочатку йшлося про приписування причин вчинків, а пізніше почали говорити про приписування відповідальності, особистісних характеристик.

Феномен каузальної атрибуції "запускається" у разі дефіциту інформації про іншу людину: замінити її доводиться процесом приписування. При цьому міра приписування в процесі міжособистісного сприйняття залежить від двох показників:

- від міри унікальності або типовості вчинку (типова поведінка - ця поведінка, задана ролевими зразками, і тому вона легше піддається однозначній інтерпретації. І навпаки, унікальна поведінка допускає багато різних інтерпретацій і, отже, дає простір приписуванню його причин і характеристик)

- від міри його соціальної бажаності або небажаності (соціально бажана поведінка відповідає соціальним і культурним нормам і порівняно легко і однозначно розуміється. При порушенні таких норм діапазон можливих пояснень розширюється).

Види каузальної атрибуції (за Г.Келлі) :

1) Об'єктна атрибуція - приписує відповідальність об'єкту, на який спрямована дія (напр., другу, що запізнився).

2) Особистісна атрибуція - причина приписується тому, хто особисто здійснює вчинок ("я погано пояснив").

3) Обставинна атрибуція - проблеми пояснюються об'єктивними обставинами (зламався автобус, став годинник).

Кожна людина користується атрибуціями трьох видів, але до якоїсь схильна більше. Часто атрибуції бувають вірні. Вони - один з механізмів соціальної адаптації, в цілому працюючи досить ефективно. Але світ людських відносин дуже складний, багатовимірний, тому виникають помилки каузальної атрибуції.

Специфіка людської комунікації. Комунікативні бар'єри.

Комунікація в спілкуванні в найзагальнішому вигляді полягає в обміні інформацією (уявленнями, ідеями, інтересами, настроями, почуттями, установками та ін.) між індивідами, що спілкуються. Проте, комунікативна сторона спілкування описується законами саме людської комунікації, яка не зводиться тільки до процесу передачі інформації. В системі соціально-психологічного знання існують спроби розглядати процес людської комунікації в термінах теорії інформації. Цей підхід є методологічно некоректним, оскільки в ньому не враховуються деякі надважливі характеристики саме людської комунікації.

Які це характеристики?

По-перше, на відміну від простого "руху інформації" між двома пристроями ми маємо справу з відношенням двох індивідів, кожен з яких є активним суб'єктом: взаємне інформування їх припускає сумісну діяльність. Це означає, що кожен учасник комунікативного процесу припускає активність свого партнера, враховуючи і аналізуючи його мотиви, цілі, установки (окрім аналізу своїх власних цілей, мотивів, установок). У схемі комунікація може бути зображена як інтерсуб'єктний процес ($S \longleftrightarrow S$). В цьому випадку треба припускати, що у відповідь на послану інформацію буде отримана нова інформація, що витікає від іншого. Тобто, це не просто рух інформації, але, як мінімум, активний обмін нею. Особливу роль для кожного учасника спілкування відіграє значущість інформації. Інформація має бути не просто прийнята, але і зрозуміла, осмислена. Тому в кожному комунікативному процесі існують в єдності діяльність, спілкування і пізнання.

По-друге, обмін інформацією обов'язково передбачає дію на поведінку партнера, тобто змінює стан учасників комунікативного процесу. Комунікативний вплив, який тут виникає, є не що інше, як психологічний вплив одного комуніканта на іншого з метою зміни його поведінки. Ефективність комунікації вимірюється саме тим, наскільки вдався цей вплив. Це означає, що при обміні інформацією відбувається зміна самого типу відносин, які склалися між учасниками комунікації. Нічого подібного не відбувається в "чисто" інформаційних процесах.

По-третє, комунікативний вплив як результат обміну інформацією можливий лише тоді, коли людина, яка направляє інформацію (комунікатор), і людина, що приймає її (реципієнт), мають єдину або схожу систему кодифікації і декодифікації. На буденній мові це правило виражається так: "усі повинні говорити на одній мові". В цьому випадку виникає питання про нерозуміння.

Б.Поршнєв виділяє 4 рівні нерозуміння :

- фонетичний - незрозуміла для нас мова;
- семантичний - мова фонетично наша, але по переданому сенсу чужа.

Причина: багатозначність слів будь-якої мови. До цього рівня нерозуміння відносяться жаргони, таємні мови.

- стилістичний - граматики змінена, порушена, стиль викладу незрозумілий (науковий стиль спілкування не завжди зрозумілий в звичайній життєвій ситуації).

- логічний - неприйняття одним учасником спілкування логіки і аргументів іншого (жіноча логіка, дитяча логіка).

По-четверте, в умовах людської комунікації можуть виникати специфічні комунікативні бар'єри. Як правило, вони носять соціальний або психологічний характер.

Соціальний характер бар'єрів. В даному випадку комунікативні бар'єри визвані не просто різною мовою, на якій говорять учасники комунікативного процесу, але відмінностями глибшого плану. Це можуть бути соціальні, політичні, релігійні, професійні відмінності, які не лише породжують різну інтерпретацію тих же самих понять, але і взагалі різне світосприйняття, світовідчуття. Вони обумовлені об'єктивними соціальними причинами, належністю партнерів по комунікації до різних соціальних груп. Процес комунікації також здійснюється і за наявності цих бар'єрів, але комунікація значно ускладнюється завдяки їм.

Психологічний характер бар'єрів. Такі бар'єри можуть виникнути:

- внаслідок індивідуально-психологічних особливостей людей, що спілкуються (напр., надмірна сором'язливість одного з них, скритність іншого, присутність у когось риси, що дістала назву "некомунікабельність")

- в силу психологічних відносин, що склалися між тими, хто спілкується: неприязнь по відношенню один до одного, недовіра і тому подібне.

Отже, вказані особливості людської комунікації не дозволяють розглядати її тільки в термінах теорії інформації.

Поширення інформації у суспільстві відбувається через своєрідний фільтр "довіри" і "недовіри". Цей фільтр діє так, що абсолютно істинна інформація може виявитися неприйнятною, а неправдива - прийнятною. Сукупність засобів, що допомагають прийняттю інформації і фільтрів називається **фасцинацією**. В якості фасцинації виступають різні супутні засоби супроводу інформації, що створюють деякий довірливий фон (напр., музичний супровід мови, просторовий або колірний супровід).

Інформація, яка йде від комунікатора, може бути двох типів: спонукальна і констатуюча. Спонукальна інформація виражається в наказі, раді, проханні. Вона розрахована на те, щоб стимулювати якусь дію. Стимуляція у свою чергу може бути різною:

- активізація, тобто спонукування до дії в заданому напрямі;
- інтердикція, тобто спонукування, що не допускає, навпаки, певних дій, заборона небажаних видів діяльності;
- дестабілізація - розузгодження або порушення деяких автономних форм поведінки або діяльності.

Констатуюча інформація виступає у формі повідомлення, вона має місце в різних освітніх системах і не передбачає безпосередньої зміни поведінки, хоча побічно сприяє цьому.

Основне питання, яке виникає при аналізі комунікативної сторони спілкування, - це питання про засоби спілкування. Традиційно прийнято розрізняти дві групи засобів - вербальні і невербальні засоби.

Вербальні засоби спілкування.

Спілкування припускає, передусім, передачу інформації. Зміст інформації передається за допомогою мови (розмови), тобто набуває вербальної, або словесної форми.

Мова - це процес спілкування людей за допомогою мови. Мова - це система умовних стимулів, за допомогою яких передаються поєднання звуків, що мають для людей певне значення і сенс.

Традиційно виділяють *два види мови* :

- усну;
- письмову.

У свою чергу, усна мова ділиться на:

- *діалогічну мову* - що активно підтримується співрозмовником. У діалозі використовуються, як правило, прості звороти мови і фрази (це полегшує спілкування), тому її вважають психологічно найбільш простою формою мови.

- *монологічну* - мову, що вимовляє одна людина (наприклад, публічний виступ). Ця мова психологічно складніша, оскільки вимагає уміння казати зв'язно, чітко послідовно викладати свої думки. При цьому той, хто говорить повинен оцінити те, як засвоюється передана інформація слухачами.

Як діалогічна, так і монологічна мова може бути активною або пасивною. Активна форма мови - це мова людини, що говорить, мова слухаючої людини виступає в пасивній формі. Річ у тім, що коли ми слухаємо, ми повторюємо про себе слова того, хто говорить. Це зовні не проявляється, але мовна діяльність є присутньою.

Люди розрізняються по мірі розвитку активної і пасивної мови. Буває, що людина добре розуміє мову іншої людини, але погано передає свої власні думки. І навпаки, людина може досить добре говорити, але абсолютно не вміє слухати іншого.

Інтерактивна сторона спілкування - це умовний термін, що характеризує ті компоненти спілкування, які пов'язані з безпосередньою організацією спільної діяльності людей, їх взаємодією.

У структурі взаємодії можна виділити:

- 1) ситуації (контексти) взаємодії;
- 2) позиції взаємодії, що дозволяють людям досягти своїх цілей в заданих обставинах, або простір взаємодії;
- 3) сценарії і механізми взаємодії.

Типові ситуації міжособистісної взаємодії.

Для розуміння сенсу і змісту взаємодії потрібно знати його контекст. Наприклад, діалог: "Ну, нарешті Ви з'явилися! - А що власне сталося?". В даному випадку другий співрозмовник шукає контекст, який дозволив йому вибрати лінію подальшої поведінки.

Як вдається різним людям зрозуміти один одного, домовитися, погоджувати цілі і дії? Така можливість виникає, якщо люди мають значний об'єм інформації, схожої як за походженням та структурою, так і за змістом. До такої інформації відноситься вміння виділяти стандартні соціальні ситуації (ділові переговори, святкування дня народження, любовні побачення, весілля, розмови в чергах, відпочинок в колі сім'ї та ін.)

Класифікації стандартних соціальних ситуацій.

Залежно від міри особистої залученості у відносини виділяють три типи ситуацій (рівня спілкування) :

А) соціально-рольовий рівень - контакти обмежуються ситуативною необхідністю (на вулиці, в транспорті, в магазині, на прийомі в офіційній установі). Основний принцип тут – знання та реалізація норм і вимог соціального середовища учасниками взаємодії.

Б) діловий рівень - людей об'єднують інтереси справи і спільна діяльність, спрямована на досягнення спільних цілей. Основний принцип - раціональність, пошук засобів підвищення ефективності співпраці.

В) інтимно-особистісний рівень - характеризується особливою психологічною близькістю, співпереживанням, проникненням у внутрішній світ інших людей. Основний принцип - емпатія.

Залежно від способів структуризації часу (за Е.Берном), які фактично є способами організації міжособистісної взаємодії. **Е.Берн пропонує виділяти шість форм соціальної поведінки чотири основні і дві пограничні.**

А) Крайній полюс (граничний) - замкнутість - явна комунікація між людьми відсутня. Людина фізично є присутньою, але психологічно - ззовні контакту, він нібито оповитий власними думками. Це буває в різних ситуаціях(у купе потягу, в лікарняній палаті та ін). Така поведінка може бути сприйнята з розумінням і не викликає проблем, якщо вона не перетворюється у звичку.

Б) Ритуали - звичні, такі, що повторюються, соціально запрограмовані дії, що не несуть смислового навантаження. Ритуал безпечний, результат його є передбачуваний. Вони можуть носити неформальний характер (вітання, прощання, вдячності) або бути офіційними(дипломатичний етикет,

слухання літургії в церкві). Мета цього типу взаємодії - можливість провести час спільно, але не зближуючись.

В) Проведення часу - напівритуальні розмови про проблеми і події, що відомі всім. Вони не так стилізовані і не так передбачувані, як ритуали, але володіють певною повторюваністю. Приклади: вечірка, учасники якої недостатньо добре знайомі один з одним; розмови під час очікування офіційних зборів

Основна мета цього типу спілкування - структуризація часу заради:

- підтримки приятельських стосунків;
- пошуку нових корисних знайомств і зв'язків.

Г) Спільна діяльність - взаємодія між людьми на роботі. Мета - ефективне виконання поставленого завдання.

Д) Гра - найбільш складний тип спілкування, оскільки в грі кожна сторона намагається досягти переваги над іншою і отримати винагороду. Основні відмінні особливості ігор :

- прихована мотивація їх учасників;
- виграш.

Діяльність може бути успішною, ритуали - ефективними, проведення часу - вигідними. Але усі вони щирі, не містять "задньої думки", на відміну від ігор.

На думку Е.Берна, важливі соціальні контакти найчастіше протікають як гра, а саме гра складає значну частину людського спілкування

Е) Другий пограничний випадок - близькість. Двостороння близькість - це вільне від ігор спілкування, що припускає тепле, зацікавлене відношення між людьми. Людська близькість має бути найдосконалішою формою стосунків, вона приносить ні з чим не порівнянне задоволення. Особливо любов.

Позиції міжособистісної взаємодії.

Класифікації позицій.

Перша класифікація позицій. Розроблена у рамках транзактного аналізу Е.Берном.

Транзактний аналіз – напрямок, що пропонує регулювання дій учасників взаємодії через регулювання їх позицій, а також облік характеру ситуацій і стилю взаємодії.

З точки зору транзактного аналізу кожен учасник взаємодії в принципі може займати одну з трьох позицій, які умовно можна позначити як Батько, Дорослий, Дитина. Це так звані стани Я (Его-стани).

Ці позиції аж ніяк не пов'язані обов'язково з відповідною соціальною роллю: це лише чисто психологічний опис певної стратегії у взаємодії. Кожен тип станів життєво важливий для людини.

- *Дитина* - це джерело радості, інтуїції, творчості, спонтанних спонукань. Позиція "Хочу"! Його слабкі сторони: лякливність, невпевненість, безпорадність, довірливність, нестриманість.

Завдяки *Батьку* багато наших реакцій стали автоматичними, що дозволяє зберегти масу часу і енергії. Позиція Батька "Потрібно"! Його

сильні сторони: впевненість у правоті моральних вимог, здатність до авторитетного тону, до покровительству і захисту слабкого. Негативні риси: безапеляційність, догматизм, свідомість переваги і права "карати".

- *Дорослий* переробляє інформацію і враховує можливості ефективної взаємодії з навколишнім світом. Він контролює дії Батька і Дитини і є посередником між ними. Позиція Дорослого - об'єднання "Хочу" і "Потрібно". Сильні сторони: розрахунок дій, контроль над ними, тверезість в оцінках, розуміння відносності догм. Слабкі: зайвий скептицизм, скутість (недолік спонтанності), бідність фантазії, недооцінка емоційної сторони життя.

Позиції партнерів в спілкуванні визначаються тими станами Я, які в даний момент спілкування вступають у взаємодію. *Транзакція* - поведінка партнерів, що відповідає одному з його станів. Тобто, в певну одиницю часу ведучою є якась одна з позицій; у наступний момент може запанувати інша. Є паралельні транзакції, ті, що пересікаються, а також скриті.

Друга класифікація позицій : відкриті і закриті:

- *Відкритість* предметної позиції - це здатність виразити свою точку зору на предмет і готовність врахувати позиції інших

- *Закритість* предметної позиції - нездатність або небажання розкривати свої позиції

- *Змішана позиція:*

- А) одна із сторін намагається з'ясувати позицію іншої, в той же час не розкриваючи свою. У крайньому варіанті це виглядає як "Питання тут ставлю Я"!

- Б) один із співрозмовників відкриває партнерові усі свої "обставини", розраховуючи на допомогу, не цікавлячись намірами іншого.

Ці два змішані види взаємодії асиметричні, оскільки спілкування здійснюється з нерівних позицій партнерів. Вибір позиції залежить від міри довіри до партнера, ситуації, можливих наслідків відкритості спілкування та ін. чинників.

Сценарії, механізми, стилі і типи взаємодії

Для кожної ситуації існують свої правила участі в них і способи розуміння дій партнера.

Сценарій - це стандартні послідовності дій в тих або інших первинних ситуаціях. Більшість соціальних дій, в які ми залучені, мають форму запланованих послідовностей, в яких все відрегульовано і передбачуване, - як в сценарії фільму. Наприклад, сценарій "на прийомі лікаря" складається із скарг хворого, розпитувань з боку лікаря, процедур, що виконуються медсестрою, виписування лікарем рецептів, усних рекомендацій і так далі. Чи ситуація "випадкова зустріч зі знайомим".

Взаємодія є тим фундаментальним процесом, який скріплює партнерів в діадну спільність. До *основних механізмів*, які забезпечують формування міжособистісного простору взаємодії, відносяться : - Взаєморозуміння; - Координація; - Узгодження.

Взаєморозуміння - механізм міжособистісної взаємодії, пов'язаний, передусім, з когнітивними процесами, він забезпечує формування загального смислового поля учасниками взаємодії, об'єднання інтересів сторін, вироблення схожих завдань в конкретній ситуації.

Координація - механізм міжособистісної взаємодії, пов'язаний з інструментальними процесами (уміння і навички партнерів, стратегії і стилі їх діяльності), з пошуком таких засобів спілкування, які в найкращому ступені відповідають намірам і можливостям партнера.

Узгодження - механізм взаємодії, що стосується в основному мотиваційно-потребові сторони спілкування. Його результатом є відносна згода в цілях, сенсах, намірах партнерів по спілкуванню, що задає основний тон міжособовим стосункам, визначає їх емоційне забарвлення.

Стилі взаємодії.

У соціальній психології розрізняють три основні стилі взаємодії : ритуальний, маніпулятивний і гуманістичний.

Ритуальний стиль - стиль, що відбиває домінування в спілкуванні конкретної людини ритуалів в порівнянні з іншими формами взаємодії.

Ритуальний стиль взаємодії заданий деякою культурою. Наприклад, стиль привітання, питань, що ставляться при зустрічі, характеру очікуваних відповідей.

Маніпулятивний стиль - стиль взаємодії, що відбиває домінування в спілкуванні людини маніпуляцій. Маніпуляція - один з видів психологічної дії, що використовується для досягнення одностороннього виграшу.

Гуманістичний стиль - при цьому стилі спілкування інша людина є не засобом, а метою взаємодії. В даному випадку враховуються її потреби, бажання, цілі; спілкування будується чесно, з урахуванням цінності партнера.