

Вводная лекция

*Характеристика и содержание общения. Механизмы воздействия
_____ в процессе общения. _____*

1. Понятие и виды общения.

1.1. Понятие общения

Общение - сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности.

Данный процесс включает:

1. обмен информацией;
2. выработка единой стратегии взаимодействия;
3. восприятие и понимание другого человека.

1.2. Виды общения.

1). **Контакт масок** - формальное общение, при котором отсутствует стремление понять и учесть особенности личности собеседника, используется набор выражений лица, жестов, стандартных фраз, позволяющих скрыть отношение к собеседнику. В некоторых ситуациях контакт масок необходим для того, чтобы не вступать в личный контакт.

2). **Формально-ролевое общение** - общение, при котором регламентированы содержание и средства общения социальными ролями партнёров по общению (врач и пациент, контролёр и пассажиры и др.).

3). **Деловое общение** - общение, целью которого является организация и оптимизация того или иного вида предметной деятельности (учебной, производственной, коммерческой и т.д.).

Особенность: при деловом общении учитываются особенности личности, характера, настроения собеседника, но на первом плане стоят интересы дела, а не личность собеседника.

4). **Светское общение** - общение, определяемое формальной вежливостью. Особенность: люди фактически не общаются, а как бы исполняют ритуал, говоря то, что положено в определённых ситуациях.

5). **Духовное межличностное общение** - общение, при котором раскрываются глубинные структуры личности. Характеризуется полным взаимопониманием (общение между родственниками, между близкими друзьями и др.).

2. Средства общения.

2.1. **Вербальное общение** (от лат. *уегЪаНз* - словесный) - общение, осуществляемое с помощью слов. Главное средство общения здесь - *язык*.

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

2.2. Невербальное общение - общение, при котором средством передачи информации являются несловесные знаки (позы, жесты, мимика, интонация, взгляд и т.д.).

Невербальные элементы общения:

- 1) **Кинетика** - позы, жесты, мимика. Отображают эмоциональные реакции человека.
- 2) **Просодика (или паралингвистика)** - особенности произношения, тембр, высота и громкость голоса, темп речи, паузы между словами, фразами, смех, плач, вздохи, речевые ошибки и т.д.
- 3) **Проксемика** (от лат. *proximus* - близость) - положение собеседников в пространстве относительно друг друга (пространственная психология).
- 4) **Визуальное общение** - контакт глаз.

Невербальные средства общения чаще всего используются для установления эмоционального контакта с собеседником и поддержание его в процессе беседы, а также для получения информации о том, что люди в действительности думают о других.

3. Основные механизмы восприятия в процессе общения.

3.1. Механизмы познания другого человека.

- *Идентификация* (отождествление, уподобление) - уподобление себя другому человеку (предположение о внутреннем состоянии партнёра по общению строится на основе попытки поставить себя на его место).
- *Эмпатия* (от греч. *επαίθετα* - сопереживание) - это способность к постижению эмоционального состояния другого человека в форме сопереживания (не рациональное осмысление проблем другого человека, а эмоциональный отклик на его проблемы).
- *Стереотипизация* - это восприятие партнера на основе некоего стереотипа (напр., как представителя определенной социальной группы).
- *Аттракция (привлечение)* - форма познания другого человека, основанная на формировании устойчивого позитивного чувства к нему. Понимание возникает благодаря дружескому личностному отношению к партнеру.

3.2. Познание самого себя в процессе общения.

- *Рефлексия* (обращение назад) - осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнёром по общению (знание того, как другой понимает меня).

3.3. Прогнозирование поведения партнера по общению.

- *Каузальная атрибуция* - механизм интерпретации поступков и чувств другого человека (стремление к выяснению причин поведения субъекта).

4. Механизмы воздействия в процессе общения.

4.1. Заражение - бессознательное, стихийное принятие личностью определенного психологического состояния. Оно проявляется через передачу определённого эмоционального состояния, психического настроя.

Пр.: а) аплодисменты на выступлении популярного актёра;
б) «боление» на стадионе во время спортивных состязаний.

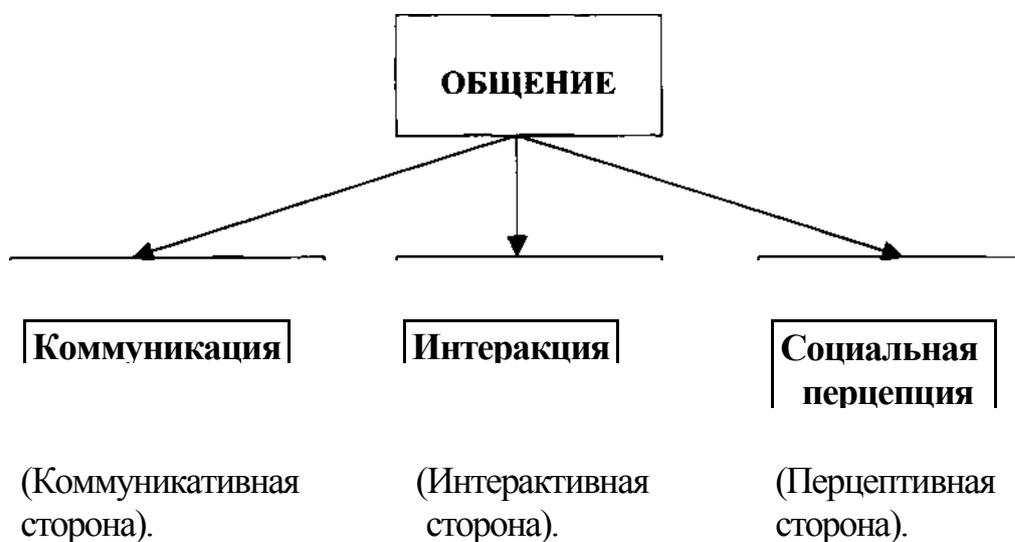
4.2. Внушение (суггестия) - целенаправленное неаргументированное воздействие одного человека на другого. Внушение производится путём непосредственного прививания психических состояний, и не нуждается в доказательствах и логике. Внушение - это эмоционально-волевое воздействие.

Эффект внушения зависит от возраста: дети лучше поддаются внушению, чем взрослые. Более внушаемы утомлённые, ослабленные физически люди. Решающим условием эффективного внушения является авторитет внушающего.

4.3. Убеждение - это интеллектуальное воздействие на сознание личности через обращение к её собственному критическому суждению. Убеждение построено на том, чтобы с помощью логического обоснования добиться согласия от человека, принимающего информацию.

4.4. Подражание - воспроизведение человеком черт и образов демонстрируемого поведения. Существует два плана подражания: подражание конкретному человеку или нормам поведения, выработанных группой.

5. Структура общения.



Коммуникативная сторона общения состоит в обмене информацией между общающимися индивидами.

Интерактивная сторона общения заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами.

Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия и познания друг друга партнёрами по общению и установления на этой основе взаимопонимания.

Коммуникативная сторона общения

Общение - это коммуникация, т.е. обмен мнениями, переживаниями, настроениями, желаниями и т.д. Содержание конкретной коммуникации может быть различным: обсуждение новостей, сообщение о погоде, спор о политике, обсуждение деловых вопросов и т.д. Представить себе общение без коммуникации невозможно.

1. Особенности коммуникации.

1.1. Коммуникация всегда значима для её участников, т.к. обмен информацией происходит ради достижения каких-то целей, удовлетворения каких-то потребностей и пр.

1.2. Коммуникация - это влияние; следовательно, в случае успеха коммуникации должно произойти какое-то изменение в представлениях о мире того, кому она адресована,

НО:

не всякий человек хочет этих изменений, т.к. они могут нарушить его представления о себе, его образ мыслей, его отношения с другими людьми, его душевное спокойствие (религия).

2. Барьеры непонимания»

2.1. Возникновение барьеров.

Поршнева Б.Ф. (психолог):

1) С одной стороны, речь является основным, самым мощным способом внушения (суггестии);

2) С другой стороны, встречная психологическая активность - противовнушение (контрсуггестия) и содержит в себе способы защиты от действия речи.

Контрсуггестия - главная причина возникновения барьеров, появляющихся на пути коммуникации.

2.2. Виды контрсуггестии.

2.2.1. Защита от источника коммуникации (избегание, авторитет)

2.2.2. Защита от самого общения (непонимание). Избегание - избегание источника воздействия, уклонение от контактов с партнёром по

общению.

Внешние проявления: человек невнимателен, не слушает, «пропускает мимо ушей», не смотрит на собеседника, постоянно находит повод отвлечься, использует любой предлог для прекращения разговора. Пр.: - некоторые закрывают глаза «на страшных местах» в кино;

- некоторые просто не приходят на назначенную встречу, собрание, зная, что там их будут критиковать, и т.д.

Авторитет. Разделив всех людей на авторитетных и неавторитетных, человек доверяет только первым и отказывает в доверии вторым. **Присвоение человеку авторитета может зависеть от таких факторов, как:**

- социальное положение (декан);
- превосходство по важному в данный момент параметру;
- привлекательность в определённых ситуациях;
- хорошее отношение к адресату воздействия, и др.

Основания для присвоения авторитета у каждого свои, и определяются они собственным положением в системе общественных отношений, собственной историей и основными ценностями.

Непонимание - непонимание самого сообщения со стороны другого человека, в случае, если информация потенциально опасна для адресата (смерть).

3. Преодоление избегания.

В повседневном общении избегание предстаёт в форме невнимания. Так, при разговоре с кем-либо мы думаем о своём, «пропуская» то, о чём он говорит; это ни что иное, как избегание воздействия. Точно так же, сидя на лекции, мы читаем постороннюю книгу и соответственно уделяем мало внимания самой лекции, то это -самоустранение от воздействия.

Поэтому преодоление избегания включает в себя *управление вниманием партнёра, аудитории, собственным вниманием.*

В процессе общения решаются следующие задачи по управлению вниманием:

- а) *привлечение внимания;*
- б) *поддержание внимания.*

3.1. Приёмы привлечения внимания.

1. Приём «нейтральной фразы».

Суть: в начале выступления произносится фраза, прямо не связанная с основной темой, но наверняка по каким-то причинам имеющая значение, смысл и ценность для всех присутствующих и поэтому собирающая их внимание.

2. Приём «завлечения».

Суть: говорящий вначале произносит нечто трудно воспринимаемым образом (очень тихо, очень непонятно, слишком монотонно и

неразборчиво). И^ Слушатель предпринимает специальные усилия, чтобы что-то понять * концентрация внимания.

3. Приём установления зрительного контакта.

Суть: говорящий обводит аудиторию взглядом, смотрит пристально на кого-нибудь одного, фиксируют взглядом нескольких человек в аудитории, кивают им и пр.

3.2. Приёмы поддержания внимания.

1. Взгляд.

2. Приёмы « изоляции».

Суть: по возможности исключить все посторонние воздействия, максимально изолироваться от них (шум и т.д.).

3. Приёмы «навязывания ритма».

Суть: постоянное изменение характеристик голоса и речи (говорить то громче, то тише, то быстрее, то медленнее и т.д.).

4. Приёмы акцентировки.

Применяются в случаях, когда необходимо обратить особое внимание партнёра на определённые важные моменты в сообщении.

а) Прямая акцентировка.

Достигается за счёт употребления служебных фраз, смысл которых и составляет собственно привлечение внимания («прошу обратить внимание...»), «важно отметить, что...», «необходимо подчеркнуть, что...» и т.д.).

б) Косвенная акцентировка,

Акцентировка достигается за счёт того, что места, к которым необходимо привлечь внимание, выделяются из общего строя общения за счёт контраста.

Перцептивная сторона общения

Перцепция -
восприятие. 1.

Первое впечатление.

Психологами было обнаружено **несколько типовых схем, по которым строится образ другого человека.** Построение образа партнёра по этим схемам иногда приводит к так называемым **эффектам первого впечатления**

или систематическим ошибкам социального восприятия. Знание этих схем позволяет понять, как формируется первое впечатление о человеке. **1.1. Фактор превосходства.**

При встрече с человеком, превосходящим нас по какому-либо важному для нас параметру, мы оцениваем его несколько более положительно, чем это было бы, если бы он был нам равен. Если же мы имеем дело с человеком, которого мы в чём-то превосходим, то мы его недооцениваем.

Особенность: превосходство фиксируется по какому-то одному параметру, а переоценка (или недооценка) происходит по многим параметрам.

В опытах А.А.Бодалёва группам испытуемых предлагали описать человека по фотографии. Перед показом одной и той же фотографии одной группе дали понять, что это фото героя, а другой - преступника. В зависимости от предлагаемого статуса человека изменялись описания.

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

А вот описание героя: «Очень волевое лицо. Ничего не боящиеся глаза смотрят исподлобья. Губы сжаты, чувствуется душевная сила и стойкость. Выражение лица гордое».

1.2. Фактор привлекательности.

Чем более внешне привлекателен для нас человек, тем лучше он во всех отношениях, если же он непривлекателен, то и остальные качества его недооцениваются.

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

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

1.3. Фактор «отношения к нам».

Те люди, которые к нам относятся хорошо, кажутся нам значительно лучше тех, кто к нам относится плохо.

Американские психологи Р.Нисберт и Т.Вильсон проводили следующий эксперимент. Студенты в течение получаса общались с новым преподавателем, который с одними испытуемыми вёл себя доброжелательно, с другими - отстранение, подчёркивая социальную дистанцию. После этого студентов просили дать оценку ряду характеристик преподавателя.

Результаты оказались достаточно однозначными. Оценки доброжелательного преподавателя оказались значительно выше, чем оценки «отстранённого».

Рассмотренные нами три вида ошибок при формировании первого впечатления называются эффектом ореола. Эффект ореола проявляется в том, что при формировании первого впечатления общее позитивное впечатление о человеке приводит к переоценке неизвестного человека.

Эти три фактора охватывают практически все возможные ситуации общения. —> Первичное восприятие другого человека всегда ошибочно. *Признаки, которые «запускают» восприятие.* Существует два основных источника информации:

1. одежда человека, весь его имидж;
2. манера поведения человека (как он сидит, ходит, разговаривает, куда смотрит и т.д.).

Эти источники реально значимы лишь потому, что информация заложена в них в соответствии с исторически сложившимися стереотипами. Выделить превосходство с помощью каких-то внешних средств всегда очень важно.

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

В Китае, например, вплоть до XX века, самой распространённой одеждой был халат, причем мужские и женские халаты отличались лишь деталями. Социальное положение определялось лишь фасоном (их было всего два) и цветом. Так, халат жёлтого цвета мог носить только император, коричневого и белого - престарелые сановники, красного и синего - герои. Студенты носили халаты голубого цвета, крестьяне - белого, бедняки - чёрного.

2. Длительное общение.

Особенности:

1. В постоянном общении продолжают действовать результаты первого впечатления.
2. Становится важным более глубокое и объективное понимание партнёра по общению.

Признаки, дающие информацию для восприятия при длительном общении:

1. лицо
2. взгляд

3. жесты
4. мимика
5. позы, их изменения во время разговора
6. пространственная ориентация по отношению к партнёру.

Лицо - отражатель эмоций». Существует 7 основных выражений лица:

1. счастье
2. удивление
3. страх
4. страдание
5. гнев
6. отвращение (презрение)
7. интерес

Но лицо не всегда может дать действительную информацию (формальное общение, контакт масок). В этом случае лучшим информатором будет тело.

Вообще, **для понимания партнёра по общению нужно:**

1. желание понять партнёра (о чём он думает, отчего переживает, его точка зрения, образ мыслей и т.д.),
2. эмпатия - умение поставить себя на место другого человека, взглянуть на всё его глазами, почувствовать его состояние и позицию и учесть их в своём поведении (умение определяется стремлением).

3. Самоподача в общении.

Самоподача - способность вмешательства в процесс формирования своего образа у партнёра по общению (способность влиять на восприятие).

Например, когда мы смотрим на дерево, наше внимание в общем и целом зависит от нас самих: если у нас плохое настроение, то мы обращаем внимание на уродливые наросты на стволе, а если хорошее - то на зелёную листву. Дерево не в состоянии управлять нашим вниманием - оно не может «прикрыть» некрасивое место ветвями, не может успокаивающе пошелестеть листьями. При восприятии конкретного человека всё обстоит иначе. Каждый может управлять вниманием партнёра - надеть яркую одежду, что-то подчеркнуть в своём поведении, а что-то затенить и, таким образом, создать своеобразную иерархию признаков своего образа. Управление вниманием может производиться невольно и неосознанно, с тем же успехом, что и осознанно, хотя, конечно, целенаправленная самоподача иногда может быть совершенно неотразимой.

Таким образом, самоподача - это управление вниманием (а следовательно и восприятием) другого человека.

Управление восприятием - это привлечение внимания партнёра к тем особенностям своего внешнего облика, поведения, которые запускают соответствующие механизмы социального восприятия.

К подобным механизмам социального восприятия относятся:

Самоподача превосходства.

Знаки превосходства: одежда, манера поведения и речи. Важно, чтобы эти факторы были действительно заметны, акцентированы, подчеркнуты и выделены.

Например, модная молодёжная одежда одного человека будет воздействовать на окружающих только в том случае, если она будет рассматриваться на фоне немодной одежды остальных. Когда все одеты одинаково, этот фактор не сработает.

Если же необходимо скрыть превосходство, то мы должны позаботиться об обратном. Когда молоденькая девушка надевает строгий тёмно-серый костюм, каждый понимает, что она идёт не на танцы. Вероятно, для неё чрезвычайно важно подчеркнуть свой статус - ей нужно завуалировать молодость, акцентировать некоторую официальность.

Вызывающее поведение молодёжи служит именно тому, чтобы подчеркнуть такой манерой поведения своё превосходство. Кто не слышал в общественном транспорте преувеличенно громкий смех, подчеркнутое употребление либо непонятных, либо нецензурных слов? Это своеобразный способ самоподачи - только через независимость в поведении (в данном случае - речи). Разумеется, такое поведение - признак низкой культуры в общении.

Самоподача превосходства имеет очень большое значение для людей, специальность которых подразумевает профессиональное общение - руководителей, юристов и т.д.

Самоподача привлекательности.

Привлекательность также является предметом управления. Причём, если самоподача превосходства не всегда важна для человека, то самоподача привлекательности важна для каждого.

Правило самоподачи привлекательности: не одежда сама по себе делает нас привлекательными, а та работа, которая затрачена нами на её приведение в соответствие с нашими внешними данными.

Самоподача отношения.

Мы прекрасно осознаём, что хмурый вид, взгляд в сторону или мимо собеседника не располагают окружающих к подобному партнёру, в то время как улыбка, кивок согласия или открытый взгляд помогают наладить контакт. Но, конечно, и здесь наши знания и представления скорее интуитивны, чем точны. Что такое «открытый взгляд»? Обычно прямой взгляд интерпретируется как выражение хороших чувств, Но имеется одно существенное исключение. Если кто-то смотрит на нас прямо, пристально, непрерывно и упорно, то такой вызывающий взгляд часто интерпретируется скорее как знак враждебности, нежели дружелюбия.

Способы самоподачи отношения можно разделить на вербальные и невербальные.

Н.В.Гоголь, уделявший много внимания описанию самоподачи Чичикова, даёт список таких вербальных приёмов:

«В разговорах с сими властителями он очень искусно умел польстить каждому. Губернатору намекнул как-то вскользь, что в его губернию въезжаешь как в рай, дороги везде бархатные, и что те правители, которые назначают мудрых сановников, достойны большой похвалы. Полицмейстеру сказал что-то очень лесное насчёт городских будочников, а в разговорах с вице-губернатором и председателем палаты, которые ещё только были статские советники, сказал даже ошибкою два раза: «ваше превосходительство», что им очень понравилось»,

Арсенал невербальных средств разнообразен, но наиболее важны здесь поза и расположение тела по отношению к собеседнику.

Если мы повернулись с собеседнику лицом, то это демонстрирует одно отношение, спиной - другое. Очень хорошо прослеживается это у детей: если ребёнок любит взрослого, то он старается быть как можно ближе к нему, а если не любит, то убегает и прячется. Если у взрослых не принято поворачиваться спиной к собеседнику, то дети это делают постоянно: когда они обижены - отворачиваются, стоят боком, смотрят исподлобья. Всё это - знаки определенного отношения.

Очень важно, чтобы вербальные и невербальные средства не противоречили друг другу: совпадение этих средств усиливает доверие к человеку.

Самоподача актуального состояния и причин поведения.

Внимание партнера привлекается к той причине собственных действий, которая кажется нам наиболее приемлемой.

Характерные речевые обороты здесь: «я не виноват, что...», «обстоятельства так сложились, что...», «я был вынужден...» и т.д.

Самоподача влияет на общение всегда, независимо от того, насколько полно люди её себе представляют и как они к ней относятся.

Таким образом, самоподача объективно присутствует в любом общении, хочет того человек или нет. Это значит, что в любой ситуации она может послужить источником ошибок при восприятии другого человека. Поэтому, если её влияние не учитывается, то это является непростительной ошибкой.

Интерактивная сторона общения

Интеракция - взаимодействие.

Главное содержание общения - действие (описывая его мы чаще всего используем термины действий).

Смысл и содержание взаимодействия невозможно понять вне определённой ситуации. Здесь очень важно уметь соотносить действия и ситуацию. Очевидно, что одна и та же ситуация может быть по-разному «прочтена» партнёрами и соответственно их действия в одной и той же ситуации могут быть различными.

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

1. Как соотносить ситуацию и действие?

2. Как выбирать правильные действия?

Одним из возможных способов понимания ситуации общения является восприятие положения партнёров, их позиций относительно друг друга. Так, в любом разговоре, беседе, публичном выступлении огромное значение то, кто в данном разговоре ведущий, а кто ведомый.

Ф. Пёрлз (английский психотерапевт):

Существует две основные позиции в разговоре:

- *Хозяин положения* (человек ведёт себя более авторитарно, «всё знает лучше всех», требователен, часто прибегает к угрозам, основной глагол - «должен»).
- *Подчинённая сторона* (человек требует защиты, он зависим, подчинён, лишён инициативы, власти. Типичные реплики: «Я хотел как лучше», «Что я могу сделать...» и т.д.).

Другой подход к анализу ситуации в зависимости от позиций партнёров по общению - **транзактный анализ**.

Главная установка транзактного анализа - *основными действиями в общении являются действия, осознанно или неосознанно направленные на изменение или регулирование своей или чужой позиции в общении*. Максимальное применение получила схема, разработанная психотерапевтом **Э. Берном**. В его теории существуют **два основных понятия**:

1. Состояния ЭГО (Я) - относительно независимые и обособленные во внутреннем мире человека совокупности эмоций, установок и схем поведения. (Другой вариант - система чувств, выражающаяся в согласованной с ней схеме поведения.).

Наблюдения психологов за деятельностью людей показали, что наборы поведенческих характеристик (позы, интонации голоса, темп

1. Общее поведение	Оценивающее, ироническое, порицающее, показывающее, авторитарное, запрещающее, приказное,	Доброе, ободряющее, озабоченное, сочувствующее, защищающее, советующее, помогающее.
2. Речевые формулировки	«Ты должен, ты не должен», «Это следует делать, этого не следует делать», «Как ты можешь!», «Я не позволю так обращаться со мной!»...	«Успокойся», «Я могу вас понять», «Лучше не делать этого», «Будь осторожен», «Не ломай себе голову»...
3. Манера говорить	Твёрдо, высокомерно, саркастически, остро, насмехаясь, иронически, цинично.	Тепло, успокаивающе, сочувственно.
4. Выражение лица	Отчуждённое, лоб нахмурен, критический взгляд, сжатый рот.	Заботливое, одобряющее, улыбчивое, любовно-заинтересованное.
5. Жесты и положение тела	Поднятый вверх указательный палец, руки скрещены перед грудью, ноги широко расставлены, голова поднята вверх.	Протянутые руки, поглаживание по голове и др.

Взрослый

Распознавание состояний Я Взрослого

1. Общее поведение	По-деловому, объективно, без эмоций, независимо, задумываясь, собирая и перерабатывая информацию.
2. Речевые формулировки	«Возможно», «Вероятно», «По моему мнению», «Я думаю», «Я предполагаю» и т.д. Вопросы начинаются со слов: как, что, когда, почему, кто.
3. Манера говорить	Уверенно (без высокомерия), ясно и чётко, спокойно, без страстей и эмоций, нейтрально.
4. Выражение лица	Частое изменение выражения лица в соответствии с ситуацией, лицо обращено к партнёру, внимательное, напряжённое.
5. Жесты и положение тела	Жесты подкрепляют то, что говорится, верхняя часть туловища слегка наклонена вперёд (выражение заинтересованности).

Распознавание состояний Я ребенка

Ребёнок	Свободное	<u>Приспосабливающее</u> <u>еся</u>	<u>Бунтарное</u>
1. Общее поведение	Спонтанное игривое, хитрое, злорадное, раскрепощённое, вялое, открытое, естественное	Осторожное, боязливое, беспомощное, покорное, неуверенное, сдержанное, обиженное	Капризное, своенравное, строптивое, грубое, агрессивное, неприязненное
2. Речевые формулировки	«Я хочу», «Прекрасно!», «Так тебе и надо!», «Замечательно!», «Я бы очень хотел»	«Я хотел только...», «Почему всегда Я?», «Я попробую», «Я правильно сделал?», «Я не смогу этого сделать»	«Я этого не хочу», «Оставьте меня в покое!», «Проклятье!»
3. Манера говорить	Преимущественно громко, быстро и горячо, захлёбываясь. Печально	Тихо, нерешительно, плаксиво, подавленно, нудно, привередливо	Гневно, громко, упрямо, угрюмо
4. Выражение лица	Воодушевлённое, возбуждённое, ошеломлённое, хитрое, лукавое, любопытное, печальное, взволнованное	Нервное, потерянное, тактичное, выражающее согласие	Жёсткое, упрямое, отсутствующее
5. Жесты и положение тела	Свободные, напряженный или расслабленный корпус	Склонённая голова, опущенные плечи, напряжённые или дружелюбные жесты	Напряжённость, угрожающая поза, опущенная голова.

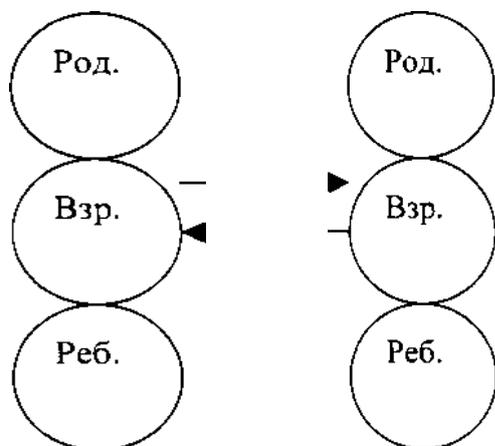
2. Транзакция - единица общения, состоящая из *стимула (S)* к *реакции (R)* между двумя состояниями сознания.

3. Берн выделяет **три формы транзакций**:

1. Дополнительные (параллельные) транзакции - это взаимодействие, при котором партнёры адекватно воспринимают позицию друг друга, понимают ситуацию одинаково и направляют свои действия именно в том направлении, которое ожидается и принимается партнёром.

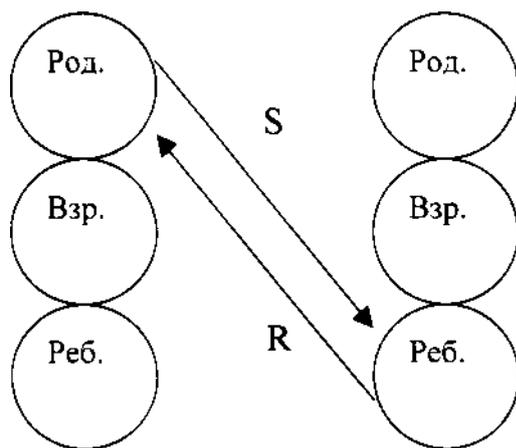
При этом дополнительные транзакции могут быть *равными* (партнёры находятся на одинаковых позициях и отвечают именно с той позиции, с которой и ожидает партнёр) и *неравными* (взаимодействие идёт «сверху вниз»).

Прим.: равные дополнительные транзакции.



Стимул: Вы подготовили материалы к совещанию? Реакция: Да, набрал на компьютере и распечатал.

Прим.: неравные дополнительные транзакции.



С.: Сколько раз говорить, что сведения в налоговую инспекцию должны подаваться своевременно. Р.: Очень сожалею, закрутился, столько всяких срочных дел, но завтра же всё будет подготовлено. С.: Ну, хорошо, в последний раз, иначе вам придётся подыскивать другую работу, где дел поменьше. Р.: Я постараюсь, такого больше не будет. **Правило:** дополнительные транзакции могут продолжаться долго.

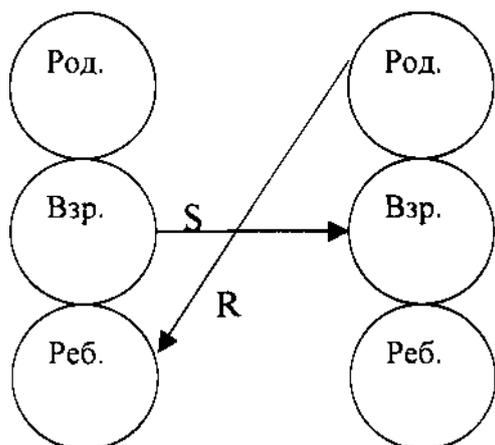
б

2. Пересекающиеся транзакции

(«неправильное» взаимодействие) - партнёры, с одной стороны, демонстрируют неадекватность понимания позиции и действий другого участника взаимодействия, а с другой стороны, ярко проявляют свои собственные намерения и действия.

Особенность: реакция собеседника исходит не из того состояния Я, на которое было направлено воздействие (партнёры при пересекающихся транзакциях говорят «мимо» друг друга).

Прим.: пересекающиеся транзакции.



С.: Мне не звонили из хозотдела? Р.: Реже нужно устраивать перекуры, тогда не будет вопросов!

Правило: после пересекающейся транзакции коммуникация временно разрушается. Пересекающаяся транзакция препятствует течению беседы. Такая ситуация потенциально конфликтна.

3. Скрытые транзакции - взаимодействия, которые включают в себя одновременно два уровня: явный, выраженный словесно (социальный), и скрытый, подразумеваемый (психологический). На социальном уровне произносится одно, а на психологическом подразумевается другое, причём партнёры это прекрасно понимают и реагируют не на социальный, а на психологический уровень.